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 34 (73) № 5 2023

Видавничий дім
«Гельветика»
2023

Головний редактор:

Досенко Анжеліка Костянтинівна – кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка, завідувачка кафедри журналістики, Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського.

Члени редакційної колегії:

Бикова Ольга Миколаївна – кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка, доцентка кафедри міжнародної журналістики факультету журналістики, Київський університет імені Бориса Грінченка;

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

Маркова Мар'яна Василівна – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри романської філології та компаративістики, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка;

Свенцицька Еліна Михайлівна – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри слов'янської філології та журналістики, Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського;

Ткаченко Тетяна Іванівна – доктор філологічних наук, доцент;

Юксель Гаяна Заїрівна – кандидатка філологічних наук, доцентка, доцентка кафедри журналістики, Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського.

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 № 5 від 23 листопада 2023 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, 2023

ЗМІСТ

УКРАЇНСЬКА МОВА

Алтицева Л. Ю.
ОСОБЛИВОСТІ ВЛАСНЕ ЗВЕРТАНЬ В УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕДВИБОРНИХ ДЕБАТІВ) 1

Дюкар К. В.
РЕАЛІЗАЦІЯ ІНТЕНЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НЕУЗУАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНСЬКОМУ МІЛІТАРИДИСКУРСІ ПРОТЯГОМ 2022–2023 РР. 7

Насмінчук І. А.
ВІЙСЬКОВА ЛЕКСИКА ЯК СКЛАДОВА МОВОТВОРЧОСТІ МАРІЇ МАТІОС 12

Пахненко І. І., Тєлєтова С. Г.
ОСОБЛИВОСТІ ЕРГОНІМІЇ МІСТА СУМИ 18

Писарська Н. В., Заверющенко М. П., Лухіна М. Ю.
СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВОГО СТИЛЮ 24

Томусяк Л. М.
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕЙЗАЖУ В РОМАНЕЛАХ ОЛЕГА СЕНЧИКА 30

СЛОВ'ЯНСЬКІ МОВИ

Аскерова І. А.
РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЕМОЦІЙНОГО ПЕРЕЖИВАННЯ СТРАХУ В ПОЛЬСЬКІЙ МОВІ 35

РОМАНСЬКІ ТА ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

Badan A. A., Dudnyk T. O.
NONVERBAL CUES ACROSS UKRAINIAN AND AUSTRIAN CULTURES: COMPARATIVE ANALYSIS 41

Заболотська О. О., Заболотська О. В.
ОБРАЗ СУЧАСНОЇ ЖІНКИ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ 49

Іванців О. В.
СУГЕСТИВНА СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКИ ПОБУДОВИ КОРПОРАТИВНОГО ІМІДЖУ ТА ЇХ МОВНА РЕАЛІЗАЦІЯ 57

Kozlova V. V., Malysheva A. A.
LEXICO-SEMANTIC ASPECT OF DISCURSIVE PERSONALITY OF BORIS JOHNSON 62

Kosovych O. V.
PECULIARITIES OF THE USE OF EXPRESSIVE MEANS IN SYNCHRONOUS AND ANALYTICAL COMMENTARY IN BRITISH FOOTBALL REPORTAGE 70

Кострoміна О. В.
ПРОСОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЯ АВСТРАЛІЙСЬКИХ ПОЛІТИКІВ 77

Мамай Ю. Ю.
АКТУАЛІЗАЦІЯ МЕТАФОРИЧНОГО ДІАПАЗОНУ КОНЦЕПТУ *TRAUMA* У РОМАНІ ЕЛІЗАБЕТ СТРАУТ «ОЛІВІЯ КІТТЕРИДЖ» 82

Пономаренко О. В.
НЕОДНОЗНАЧНІСТЬ І БЕЗСТОРОННІСТЬ ДИПЛОМАТИЧНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ВИСЛОВЛЮВАНЬ ПРЕДСТАВНИКІВ ВАТИКАНУ) 88

Самохвал О. О., Ярова А. Г.
ЛІНГВІСТИЧНА РИТОРИКА КАНЦЛЕРА ШОЛЬЦА ЩОДО ВІЙНИ В УКРАЇНІ **94**

Sivaieva O. S.
PANDEMIC IN 2021 "ECONOMIST" DISCOURCE **100**

СЕМІТСЬКІ МОВИ

Москаленко К. В.
КОМУНІКАТИВНІ ТАКТИКИ ПОБУДОВИ АРАБСЬКОГО ДИПЛОМАТИЧНОГО ТЕКСТУ **105**

ЗАГАЛЬНЕ МОВОЗНАВСТВО

Aliyeva G. M.
ON THE ISSUE OF RHETORICAL FIGURES IN COGNITIVE LINGUISTICS **112**

Akhundova K. B.
TEXT AS A LINGUISTIC OBJECT AND THE PRODUCT OF SPEECH COMMUNITY **117**

Gojayeva M. A.
CONTEXTUAL PRAGMATIC ANALYSIS OF AMBIGUITY **122**

Huseynova S. F.
GENERAL CHARACTERISTICS OF PHRASEOLOGICAL COMBINATIONS
IN THE WORKS OF J. AUSTIN AND I. EFENDIEV **128**

Jalilova G. Ya.
INTONATION AND PRAGMATIC INFERENCES **133**

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

Попова Н. М., Середа Ю. С.
ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ
В РОМАНІ Х. СЕРКАСА «ВОЇНИ САЛАМІНУ» **137**

ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНЕ І ТИПОЛОГІЧНЕ МОВОЗНАВСТВО

Vakhovska O. V.
HOW ENGLISH CHANGED ITS VIEW OF SADNESS:
MAKING SENSE OF THE EMOTION, DIACHRONICALLY **143**

УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА

Погребенник В. Ф.
РОДИННА Й ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНА ІСТОРІЯ У ТВОРЧОСТІ
ПРЕДСТАВНИКІВ «ЖИТОМИРСЬКОЇ ПРОЗОВОЇ ШКОЛИ» **151**

Шевченко Т. М.
ПОРТРЕТНИЙ ЕСЕЙ «ІВАН КОТЛЯРЕВСЬКИЙ: МІЖ ІМПЕРІЄЮ ТА УКРАЇНОЮ»
І ПОРТРЕТНИЙ НАРИС «ТАЄМНИЙ АГЕНТ МИКОЛА ГОГОЛЬ»
ПЕТРА КРАЛЮКА: ДИСКУРС КРІЗЬ ПРИЗМУ ДІАЛОГІЧНОСТІ **156**

Юрчук О. О.
«…ПРИКРИТА ГОЛУБИМ НЕБОМ БУДУ ЗМАЛЬОВУВАТИ ВАМ КРАСУ МАРАКЕШУ…»:
РЕФЛЕКСІЯ СХОДУ В КНИЗІ «ЧАР МАРОКА» СОФІЇ ЯБЛОНСЬКОЇ **162**

ЛІТЕРАТУРА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

Іщенко Н. А., Потріваєва С. І.
ФЕНОМЕН «АНГЛІЙСЬКОСТІ» У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ **168**

Latifli S. B.
SIGNS OF JAMSHID AMIROV`S DETECTIVE **174**

ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

Крижановська О. О., Малахова Ю. В., Борзова О. Д.
МЕТАФОРИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТУ «ЛЮБОВ» У ПОЕЗІЯХ
ТОДОСЯ ОСЬМАЧКИ Й ЙОСАНО АКІКО: ПОРІВНЯЛЬНО-ТИПОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ **179**

МОВИ НАРОДІВ АЗІЇ, АФРИКИ, АБОРИГЕННИХ НАРОДІВ АМЕРИКИ ТА АВСТРАЛІЇ

Дементьєва Т. С., Вознюк Г. А.
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ ЯПОНСЬКИХ ГОЛОСНИХ ЗВУКІВ
УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ: ПИТАННЯ ВІДПОВІДНИКІВ І «ДИФТОНГІВ» **184**

Костанда І. О.
КРОС-КУЛЬТУРНА ВЗАЄМОДІЯ: ВПЛИВ КИТАЙСЬКОЇ КЛАСИЧНОЇ ПОЕЗІЇ
НА ТВОРЧІСТЬ КОРЕЙСЬКОГО ПОЕТА ЧХВЕ ЧХІВОНА (최치원) **193**

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Літвінчук І. С.
EVENT-МАРКЕТИНГ ЯК КОМУНІКАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ **202**

Семенець О. О.
ДИСКУРСИВНІ ПРАКТИКИ ПРОУКРАЇНСЬКИХ
ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ ПЕРІОДУ ВЕЛИКОЇ ВІЙНИ (2022–2023 РР.) **208**

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

Загороднюк В. С.
ЗАРУБІЖНИЙ ГУМОРИСТИЧНО-САТИРИЧНИЙ НАРАТИВ
У ЖУРНАЛІ «ПЕРЕЦЬ. ВЕСЕЛА РЕСПУБЛІКА»:
ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНИЙ ВИМІР, ***2018–2021*** РР. **216**

Synieokyi O. V., Sizova K. L., Khmil-Chupryna V. V., Synieokyi A. O.
MEDIA INTERPRETATION AND THE DIGITAL REIMAGINING OF MUSIC
BROADCASTING (TO EXPLORE JOHN PEEL'S JOURNALISTIC EXPERIENCE
AT BBC RADIO 1) **222**

Харченко О. В.
ІНТЕРФЕРЕНЦІЯ РОСІЙСЬКИХ КУЛЬТУРНИХ РЕАЛІЙ ТА ЛЕКСЕМ
В УКРАЇНСЬКИЙ ГУМОРИСТИЧНИЙ ДИСКУРС ПІД ЧАС ВІЙНИ **232**

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Баранецька А. Д.
ГРІНВОШИНГ ЯК МАНІПУЛЯТИВНА (СИМУЛЯКРОВА)
КОМУНІКАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ «ОЗЕЛЕНЕННЯ» РЕПУТАЦІЇ **238**

Горіна Ж. Д.
КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ХАРАКТЕР КОМЕРЦІЙНИХ НАЗВ
УКРАЇНСЬКОГО МОРОЗИВА **244**

Мина Ж. В., Малетич Д. В.
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ З АБІТУРІЄНТАМИ
ПРИ ВСТУПІ В МАГІСТРАТУРУ **252**

Пасічник М. С., Мина Ж. В., Мина М. А.
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОСЛУГ «НОВОЇ ПОШТИ» ТА ІННОВАЦІЇ
В СФЕРІ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ **257**

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ

Скалацька О.В.
ГЕНЕЗИС МЕДІЙНИХ РИТУАЛІВ **262**

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ **267**

CONTENTS

UKRAINIAN LANGUAGE

Altytseva L. Yu.
PECULIARITIES OF DIRECT FORMS OF ADDRESS IN UKRAINIAN POLITICAL DISCOURSE (BASED ON ELECTION DEBATES)..... 1

Diukar K. V.
REALIZATION OF THE INTENTIONAL POTENTIAL OF NON-USUAL INNOVATIONS IN THE UKRAINIAN MILITARY DISCOURSE IN 2022–2023..... 7

Nasminchuk I. A.
THE MILITARY VOCABULARY AS A COMPONENT MARIA MATIOS'S LANGUAGE CREATION 12

Pakhnenko I. I., Teletova S. G.
FEATURES OF THE ERGONOMICS OF THE CITY OF SUMY..... 18

Pysarska N. V., Zaveriushchenko M. P., Lukhina M. Yu.
SEMANTIC-SYNTAX ORGANIZATION OF THE SCIENTIFIC STYLE..... 24

Tomusiak L. M.
LEXICO-SEMANTIC CHARACTERISTICS OF THE LANDSCAPE IN ROMANELLS OF OLEG SENCHYK..... 30

SLAVIC LANGUAGES

Askerova I. A.
REPRESENTATION OF THE EMOTIONAL EXPERIENCE OF FEAR IN THE POLISH LANGUAGE..... 35

ROMANIC LANGUAGES

Badan A. A., Dudnyk T. O.
NONVERBAL CUES ACROSS UKRAINIAN AND AUSTRIAN CULTURES: COMPARATIVE ANALYSIS..... 41

Zabolotska O. O., Zabolotska O. V.
THE IMAGE OF MODERN WOMEN IN ENGLISH-LANGUAGE MEDIA SPACE..... 49

Ivantsiv O. V.
SUGGESTIVE STRATEGY AND TACTICS OF BUILDING CORPORATE IMAGE AND THEIR LINGUISTIC REALIZATION..... 57

Kozlova V. V., Malysheva A. A.
LEXICO-SEMANTIC ASPECT OF DISCURSIVE PERSONALITY OF BORIS JOHNSON... 62

Kosovych O. V.
PECULIARITIES OF THE USE OF EXPRESSIVE MEANS IN SYNCHRONOUS AND ANALYTICAL COMMENTARY IN BRITISH FOOTBALL REPORTAGE..... 70

Kostromina O. V.
PROSODIC PECULIARITIES OF AUSTRALIAN POLITICIAN'S SPEECH..... 77

Mamai Yu. Yu.
REALISATION OF THE METAPHORICAL RANGE OF THE CONCEPT *TRAUMA* IN THE NOVEL "OLIVE KITTERIDGE" BY ELIZABETH STROUT..... 82

Ponomarenko O. V.
AMBIGUITY AND IMPARTIALITY OF DIPLOMATIC DISCOURSE
(BASED ON THE STATEMENTS OF THE VATICAN)..... **88**

Samokhval O. O., Yarova A. H.
LINGUISTIC RHETORIC OF CHANCELLOR SCHOLZ ON THE WAR IN UKRAINE..... **94**

Sivaieva O. S.
PANDEMIC IN 2021 "ECONOMIST" DISCOURCE..... **100**

SEMITIC LANGUAGES

Moskalenko K. V.
TACTICS OF ARABIC DIPLOMATIC TEXT CONSTRUCTION..... **105**

GENERAL LINGUISTICS

Aliyeva G. M.
ON THE ISSUE OF RHETORICAL FIGURES IN COGNITIVE LINGUISTICS..... **112**

Akhundova K. B.
TEXT AS A LINGUISTIC OBJECT AND THE PRODUCT OF SPEECH COMMUNITY..... **117**

Gojayeva M. A.
CONTEXTUAL PRAGMATIC ANALYSIS OF AMBIGUITY..... **122**

Huseynova S. F.
GENERAL CHARACTERISTICS OF PHRASEOLOGICAL COMBINATIONS
IN THE WORKS OF J. AUSTIN AND I. EFENDIEV..... **128**

Jalilova G. Ya.
INTONATION AND PRAGMATIC INFERENCES..... **133**

TRANSLATION STUDIES

Popova N. M., Sereda Yu. S.
LINGUISTIC AND CULTURAL TRANSLATION ASPECTS
OF THE NOVEL "THE WARRIORS OF SALAMIS" BY J. SERCAS..... **137**

COMPARATIVE-HISTORICAL AND TYPOLOGICAL

Vakhovska O. V.
HOW ENGLISH CHANGED ITS VIEW OF SADNESS:
MAKING SENSE OF THE EMOTION, DIACHRONICALLY..... **143**

UKRAINIAN LITERATURE

Pohrebennyk V. F.
FAMILY AND GENERAL NATIONAL HISTORY IN THE CREATIVITY
OF THE REPRESENTATIVES OF THE ZHYTOMYR PROSE SCHOOL..... **151**

Shevchenko T. M.
PORTRAIT ESSAY "IVAN KOTLIAREVSKYI: BETWEEN THE EMPIRE
AND UKRAINE" AND A PORTRAIT ESSAY "SECRET AGENT MYKOLA HOHOL"
BY PETRO KRALIUK: DISCOURSE THROUGH THE PRISM OF DIALOGICITY..... **156**

Yurchuk O. O.
"...COVERED BY THE BLUE SKY, I WILL DEPICT THE BEAUTY OF MARRAKECH FOR YOU..": REFLECTION OF THE EAST IN THE BOOK "THE CHARM OF MOROCCO" BY SOFIIA YABLONSKA.....**162**

LITERATURE OF FOREIGN COUNTRIES

Ishchenko N. A., Potrivaeva S. I.
THE PHENOMENON OF "ENGLISHNESS" IN MODERN ENGLISH LITERATURE.....**168**

Latifli S. B.
SIGNS OF JAMSHID AMIROV`S DETECTIVE.....**174**

COMPARATIVE LITERATURE STUDIES

Kryzhanovska O. O., Malakhova Yu. V., Borzova O. D.
METAPHORICAL REPRESENTATION OF THE CONCEPT OF "LOVE" IN THE POEMS OF TODOS OSMACHKA AND YOSANO AKIKO: A COMPARATIVE-TYPOLOGICAL ASPECT..**179**

LANGUAGES OF THE PEOPLES OF ASIA, AFRICA, INDIGENOUS PEOPLES OF AMERICA AND AUSTRALIA

Dementieva T. S., Vozniuk H. A.
THE FEATURES OF JAPANESE VOWELS' CONVERSION TO UKRAINIAN LANGUAGE: THE ISSUE OF VARIANTS AND "DIPHTHONGS".....**184**

Kostanda I. O.
CROSS-CULTURAL INTERACTION: THE INFLUENCE OF CHINESE CLASSICAL POETRY ON THE CREATIVITY OF THE KOREAN POET CHWE CHIWON (최치원).....**193**

THEORY AND HISTORY OF PUBLISHING AND EDITING

Litvinchuk I. S.
EVENT MARKETING AS A COMMUNICATION TECHNOLOGY.....**202**

Semenets O. O.
DISCURSIVE PRACTICES OF PRO-UKRAINIAN TELEGRAM CHANNELS DURING THE GREAT WAR (2022–2023).....**208**

THEORY AND HISTORY OF JOURNALISM

Zagorodnik V. S.
FOREIGN HUMOROUS SATIRICAL NARRATIVE IN THE "PEPPER. MERRY REPUBLIC" MAGAZINE: GENRE-THEMATIC DIMENSION, 2018–2021 YY.....**216**

Synieokyi O. V., Sizova K. L., Khmil-Chupryna V. V., Synieokyi A. O.
MEDIA INTERPRETATION AND THE DIGITAL REIMAGINING OF MUSIC BROADCASTING (TO EXPLORE JOHN PEEL'S JOURNALISTIC EXPERIENCE AT BBC RADIO 1).....**222**

Kharchenko O. V.
INTERFERENCE OF RUSSIAN CULTURAL REALITIES AND LEXEMES IN UKRAINIAN HUMOROUS DISCOURSE DURING THE WAR.....**232**

APPLIED SOCIAL AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES

Baranetska A. D.
GREENWASHING AS A MANIPULATIVE (SIMULACRUM) COMMUNICATION TECHNOLOGY FOR "GREENING" OF REPUTATION..... **238**

Horina Zh. D.
COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC NATURE OF COMMERCIAL NAMES OF UKRAINIAN ICE CREAM..... **244**

Myna Zh. V., Maletych D. V.
INFORMATION SUPPORT FOR COMMUNICATION WITH APPLICANTS UPON ADMISSION TO A MASTER'S PROGRAM..... **252**

Pasichnyk M. S., Myna Zh. V., Myna M. A.
INFORMATION PROVISION OF "NOVA POSHTA" SERVICES AND INNOVATIONS IN THE FIELD OF POSTAL COMMUNICATIONS..... **257**

CURRENT ISSUES OF PHILOLOGY AND JOURNALISM

Skalatska O. V.
GENESIS OF MEDIA RITUALS **262**

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS..... **267**

УКРАЇНСЬКА МОВА

УДК 81’42
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/01

Алтицева Л. Ю.
Національна академія Служби безпеки України

ОСОБЛИВОСТІ ВЛАСНЕ ЗВЕРТАНЬ В УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕДВИБОРНИХ ДЕБАТІВ)

Статтю присвячено висвітленню особливостей звертань у контексті політичного дискурсу, який трактують як явище, основним компонентом якого є текст, зумовлений ситуацією у сфері політичної комунікації загалом та передвиборчій комунікації зокрема.

У статті досліджено звертання дискурсу політичних дебатів. З’ясовано, що у текстах дискурсу політичних дебатів наявні три типи звертань – власне звертання, напівриторичні звертання та риторичні. У цій роботі акцентовано увагу на засобах вираження, семантичних та структурних особливостях власне звертань, використаних політиками під час передвиборних дебатів, також з’ясовано відповідність власне звертань політичного дискурсу традиційним українським етикетним формам звертань.

Встановлено, що функцію власне звертань у сфері політичної комунікації виконують переважно традиційні етикетні форми звертання, реалізовані двокомпонентними (ім’я і по батькові; пан + ім’я; пан + прізвище) та трикомпонентними (шановний + пан + прізвище; шановний + пан + ім’я) формами.

У статті з’ясовано, які типові помилки у звертанннях допускають комуніканти під час виступів. Виявлено, що до найчастотніших анормативів належать морфологічні помилки, зумовлені використанням у звертанні називного відмінка поряд із кличним.

Дослідження виявило, що попри маніпулятивний потенціал політичної мови, власне звертання в текстах передвиборних промов не надають оцінної характеристики адресату, функціонують для безпосередньої адресації під час політичної комунікації. Певної експресивності набувають власне звертання у постпозиції. Вимовлені з відповідною інтонацією здатні передавати почуття обурення, гніву адресанта.

Перспективу подальших досліджень убачаємо в аналізі особливостей напівриторичних та риторичних звертань у текстах передвиборних промов та інших політичних жанрів.

Ключові слова: *політичний дискурс, передвиборний дискурс, політична комунікація, власне звертання, етикетні форми звертання, адресат, адресант, особливості звертань.*

Постановка проблеми. Відродження української мови як основного атрибуту державності, особливості розвитку сучасної української мови під час кардинальних змін у суспільстві зумовлюють спрямованість сучасних досліджень на вивчення тісного взаємозв’язку мови й буття людини, мовної комунікації в усіх сферах суспільного життя, зокрема політиці, комунікаційної поведінки сучасних мовців.

Актуальність роботи зумовлена потребою цілісного багатоаспектного вивчення форм і способів звертання в політичному дискурсі, відсутністю досліджень, присвячених аналізу звертань усної та письмової комунікації в політиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання апелятивної функції мови та засобів реалізації зверненості мовлення неодноразово слугувало об’єктом вивчення. Багатоаспектність визначення лінгвістичного статусу та поліфункціональність звертання висвітлено в працях багатьох українських мовознавців, зокрема І. Р. Вихованця, О. Г. Межова (обґрунтування природи кличного відмінка), М. О. Кокори (синтаксичні й комунікативно-прагматичні функції), Л. Я. Нагірного (різновекторність вивчення звертання), Н. О. Дем’янової (ґендерні особливості звертань), Л. В. Корновенко (прагмалінгвістичний

аспект). Питанню українського мовленнєвого етикету та звертанню як універсальній його одиниці присвятили розвідки такі вчені, як: Н. Д. Бабич, С. К. Богдан, О. М. Мацько, О. М. Мирончук, Н. П. Плющ, Я. К. Радевич-Винницький, М. С. Скаб, М. Г. Стельмахович та ін.

Мета статті – встановити форми і засоби вираження звертань у політичному дискурсі, зокрема в жанрі передвиборних дебатів; розкрити семантичні особливості звертань у контексті українського політичного дискурсу передвиборних дебатів; визначити структурні характеристики номінацій адресата в політичних текстах.

Матеріалом дослідження слугували промови, запитання / відповіді кандидатів у президенти України Петра Порошенка й Володимира Зеленського під час «Головних дебатів», що відбулися 19 квітня 2019 року в Києві та були оприлюднені засобами мовної комунікації [3]. Загалом проаналізовано структурно-семантичні особливості всіх звертань, використаних учасниками цих дебатів. Приклади відібрано методом суцільної вибірки.

Виклад основного матеріалу. Політичний дискурс вивчають фахівці різних галузей соціально-гуманітарних наук. Філологів у політичному дискурсі цікавить основний його компонент – текст, а також його зміст, властивості та закономірності тексту, характеристика його складових. Мова, як зазначає Л. П. Нагорна, «природно входить як у сферу духовної культури, так і в царину політики». Значущі елементи мовленнєвої системи – морфеми, слова, речення, «взяті у їхній живій сукупності» – здатні моделювати всі явища, які становлять світ людини. Відповідно «будь-які форми людських взаємин, у тому числі й ті, що відбуваються у світі політики, підвладні лінгвістичному аналізу» [11, с. 48].

У дослідженнях політичного дискурсу поки не вироблено єдиного систематизованого узагальненого апарату. У сучасній лінгвістичній літературі представлені визначення політичного дискурсу, які по-різному інтерпретують це соціолінгвальне явище.

Дослідники політичного дискурсу зазначають, що є два підходи до його розуміння – вузьке й широке. У вузькому розумінні політичний дискурс має інституційний характер, тобто походить тільки від політичних інституцій. У широкому ж розумінні це будь-який дискурс, що стосується політичної тематики.

Узагальнене трактування політичного дискурсу подає К. С. Серажим, зазначаючи, що це «текст, зумовлений ситуацією політичного спілкування». Основна функція політичного дискурсу, на її думку, – «боротьба за владу» [15, с. 240]. Тому усні або письмові звернення політиків предусім націлені впливати на електорат, формувати громадську думку та створювати позитивну самопрезентацію політика для утримання або отримання влади.

Сучасні науковці, беручи до уваги думку нідерландського лінгвіста Т. А. ван Дейка, політичний дискурс у вузькому розумінні трактують як клас жанрів, який обмежує соціальна сфера, а саме політика. До них належать такі жанри політичної сфери, як: урядові обговорення, парламентські дебати, партійні програми, промови політиків тощо.

Поняття «політичний дискурс» і «політична комунікація» розглядають як синонімічні, оскільки ці поняття включають будь-які мовні утворення, суб'єкт, адресат чи зміст яких належать до політичної сфери [11, с. 78].

О. Ковальова політичний дискурс розглядає як «багатоаспектне явище, основними компонентами якого є текст (в усній або письмовій формі), екстралінгвістичний контекст (мета, обставини, спосіб та час утворення), адресант і адресат». Розглянувши основи трактування поняття політичного дискурсу в сучасній лінгвістиці, О. Ковальова доходить висновку, що політичний дискурс – це комунікативна подія, визначними чинниками якої є обставини та ситуація, у якій перебувають учасники комунікації, обставини спілкування, канал передачі інформації. Взаємодія адресанта з адресатом може бути прямою або опосередкованою (телебачення, соцмережі). Контекст і засіб взаємодії визначають відбір мовленнєвих засобів, які є типовими для різних ситуацій (дебати, звернення, гасло, агітація, допис у соцмережі тощо) [6, с. 105].

Аналіз особливостей звертань кожного жанру політичної сфери дозволить з'ясувати засоби вираження, семантичні та структурні особливості звертань, способи називання адресата в контексті українського політичного дискурсу, виявити дотримання комунікативних етичних норм користування мовою під час політичної комунікації, адже етикетні висловлення сприяють екологічності спілкування, водночас виконуючи комунікативну й апелятивну функції. Мовний етикет притаманний усім стильовим різновидам. На вибір мовних етикетних одиниць суттєво впливає тональність спілкування – висока, нейтральна, звичайна, фамільярна, вульгарна тощо. Кожен стиль має свої диференційні ознаки, що виявля-

ються передусім у лексичному складі етикетних виразів та їх функціональному призначенні в різних текстах [1, с. 15].

Прикладна функція політичної мови як інструменту, що використовують у боротьбі за владу, особливо виразно виявляється під час передвиборних кампаній [11, с. 72]. У межах політичного дискурсу окремо виділяють дискурс політичних дебатів – «чітко структурований і спеціально організований публічний обмін думками між двома сторонами з актуальної теми; різновид публічної дискусії, спрямованої на переконання третьої сторони, у якому вербальні і невербальні засоби, що використовуються учасниками дебатів, мають на меті отримання певного результату – сформувати у слухачів позитивне враження від власної позиції» [19, с. 11].

Зупинимося докладніше на аналізі особливостей звертань передвиборних дебатів, промов. Фахівці такий вид політичного дискурсу відносять до інституціонального політичного дискурсу, до якого належать тексти політиків, які були використані в політичній комунікації, зокрема парламентські стенограми, політичні документи, публічні виступи та інтерв'ю політичних лідерів тощо. Проаналізуємо звертання, ужиті учасниками-кандидатами в президенти України під час «Головних дебатів» у 2019 р., оприлюднених засобами мовної комунікації [3]. У цій статті зосередимо свою увагу на особливостях власне звертань.

Дебати, відповідно до регламенту, складалися з трьох частин – вступна промова, обмін запитаннями / відповідями, заключне слово; кожна частина була обмежена в часі. Як свідчить проаналізований матеріал, під час дебатів використано такі типи звертань, як: власне звертання, напівриторичні зверання та риторичні [13, с. 221].

Власне звертання, тобто одиниці, що вимагають негайної реакції адресата під час безпосереднього спілкування, звучали в кожній частині дебатів. У ролі власне звертань виступали переважно етикетні форми звертання, за допомогою яких учасники зверталися один до одного, актуалізуючи увагу.

Звертання на ім'я та по батькові – одна з форм етикетного звертання, яку використовували учасники дебатів: *Петре Олексійовичу*, *Володимире Олександровичу.* Звертання на ім'я та по батькові вважають «емоційно нейтральним» у ситуаціях ділового спілкування для звертання до осіб, старших за віком, вищих у посаді [20, с. 239]. Такій формі звертання до опонента надав перевагу В. Зеленський, використавши її впродовж теледебатів сім разів. П. Порошенко використав цю форму один раз, надаючи перевагу формам звертання зі словом пан та ім'ям: *пане Володимире, шановний пане Володимире.* Я. Радевич-Винницький іменники пан/пані/панно в етикетному застосуванні називає словами-регуляторами, які «засвідчують пошану до співрозмовника», зазначаючи, що у ролі прикладки до цих слів можуть виступати і власні, і загальні іменники [14, с. 80].

На суперечки мовознавців щодо питання: яка форма звертання – на ім'я чи на ім'я й по батькові – є традиційною для українців свого часу звернув увагу С. К. Богдан, зазначаючи, що відсутність єдиної позиції вчених щодо питомості однієї з форм звертання спричинена тим, «що літературна норма строго не регламентує використання одної з них». На його думку, така неунормованість «є тимчасовою». «Суттєвим у вирішенні цієї проблеми, очевидно, має стати не книжна, а усномовна традиція українського народу, яка надає перевагу звертанню на ім'я, або пане/пані/панно/паничу + ім'я (в товаристві, в родинному колі, серед друзів, колег), або пане/пані/панно + прізвище та ім'я й по батькові (в офіційній обстановці)» [1, с. 35–36].

Проте Я. Радевич-Винницький стверджує, що «ім'я і по батькові як прикладка зі словами *пан, пані* не поєднується. … звертатися *пані Оксано Миронівно*, *пане Гнате Петровичу* не прийнято. Це не відповідає українським традиціям і нормам літературного». Науковець стверджує, що «в українському мовленні інтенсивно поновлюється називання і звертання за моделями "пан (пані) + ім'я або/і прізвище"» [14, с. 81]. Принагідно зазначимо, що відповідно до змін у Державному стандарті України, зокрема у вимогах до оформлення документів, у деяких реквізитах (адресат, адресант, підпис) замість прізвища та імені й по батькові потрібно вказувати лише ім'я та прізвище посадової особи [4]. Проте «літературна норма» й дотепер строго не регламентує використання цих форм звертання в офіційному спілкуванні.

Під час дебатів обидва учасники використовують форми звертань зі словом-регулятором пан. Зазначимо, що жоден із них не використав форми «пане + прізвище та ім'я й по батькові».

Один з претендентів у президенти, називаючи адресата, використовує модель «пан + ім'я»: *пане Володимире*; другий – модель «пан + прізвище»: *пане Порошенко, пане Порошенку*. Згідно з рекомендаціями Я. Радевича-Винницького, ім'я людини в ролі прикладки до слова пан/пані доречно вживати стосовно адресата молодшого,

одного віку або не набагато старшого чи соціально вищого від адресата. «Звертатися до екс президента *пане Леоніде* … не тактовно. Особливо треба уникати такої ледь не фамільярності в офіційному спілкуванні. Тут доречними є номенклатурні приклади: Пане міністре!, Пане директоре!, Пане професоре!». Прізвище ж як прикладку до слів пан/пані рекомендують уживати тоді, коли йдеться про неприсутню людину чи стосовно присутньої 3-ої особи, якщо вона малознайома чи якщо взаємини з нею не виходять за межі офіційності пристойності, вживання ж «прикладки-прізвища у зверненні до 2-ої особи (адресата) має "відтінок офіційності, іноді сухості, відчуженості, байдужості"» [14, с. 80]. Використані політиками форми звертань загалом не суперечать таким рекомендаціям. Учасники дебатів, обираючи форму звертання, зважають на вік, соціальний статус адресата, обставини комунікативного акту.

Л. В. Корновенко, досліджуючи звертання як мовленнєвий засіб в аспекті впливу, виділяє прагматично адекватні звертання, тобто ті, які «розвивають комунікацію, задовольняють вимоги адресата, сприяють досягненню прагматичної інтенції мовця» і «є водночас ефективними» для мовця і для адресата [7]. Можемо стверджувати, що всі проаналізовані власне звертання мають ознаки адекватних звертань. Адже реакція адресата на форму й семантику звертань не відображалася у звертаннях, наявних у відповідях, свою реакцію адресат спрямовував на «комунікативну взаємодію в авторському контексті» (там же).

Структуру аналізованих звертань поширювали атрибутивні компоненти. Функцію атрибутивних поширювачів виконували етикетні слова дорогий/дорога, шановний/шановна.

Власне звертання з атрибутивним поширювачем використовував П. Порошенко в моделях «шановний + пане + прізвище*»: шановний пане Зеленський*; «шановний + пане + ім'я»: *шановний пане Володимире*. В. Зеленський такої моделі звертання не використовував.

Відомо, що диференційною ознакою мовного етикету українців є звертання у формі кличного відмінка. О. Д. Пономарів зазначав: «Усі слова мають стояти в одному відмінку, тобто в кличному». Використання у звертанні називного відмінка поряд із кличним – це «порушення граматичної норми» [13, с. 220]. Таку норму закріплено й у чинному «Українському правописі». Так, у звертаннях, що складаються із загальної назви та імені, форму кличного відмінка набувають і загальна назва, і власне ім'я: пане Віталію; у звертаннях, що складаються із загальної назви та прізвища, форму кличного відмінка набувають і загальна назва, і власне ім'я: пане Ковалю; можливі також поєднання форми кличного відмінка іменника загальної назви та форми кличного відмінка прізвища, однакової з формою називного відмінка: пане Коваль; у звертаннях, що складаються з двох власних назв – імені та по батькові, обидва слова мають закінчення кличного відмінка: Петре Кузьмичу [18, с. 96].

Учасники дебатів не завжди дотримувалися граматичних норм у звертаннях. Порушення норм виявлено у формах звертань, що складаються із загальної назви та імені: *пан Володимир*; у звертаннях, що складаються із загальної назви та прізвища: *пан Порошенко*; у звертаннях, що складаються з двох власних назв – імені та по батькові: *Петро Олексійовичу*, *Петре Олексійович*, *Володимир Олександрович*, *Петро Олексійович*.

Під час дебатів опоненти послуговуються традиційними загальноприйнятими формами та способами звертання до адресата. Хоча у своїх промовах обидва політики реалізують стратегію дискридитації один одного, усі аналізовані звертання предметні, ідентифікують адресата, використані для безпосередньої адресації, позбавлені оцінної характеристики. Такі звертання на початку речень, або після привітання, встановлюють чи підтримують контакт, а вжиті в тексті повторно – посилюють його: «*Пане Порошенку, в мене питання. Просили задати громадяни України, оберіть будь-яке питання і відповідайте, Петро Олексійович», «Пане Володимире, на сьогоднішній день, коли ми говоримо про посаду президента, я вважаю, що величезні ризики, які скопилися над нашою державою, є некомпетентнісь. ... відповідь лише одна: пане Володимире, не знущайтеся над нашою державою».* Постпозиція звертань та відповідна інтонація передають почуття гніву, обурення, роздратування адресанта, проте негативної оцінки адресатові не надають: *«Але, пан Володимир, Ви самі сказали, що Ви «кот в мішку», так Ви не кіт в мішку – Ви мішок! ... і ми Вас не допустимо до влади, шановний пан Володимир!», «Про що Ви зараз говорите? Ви знову брешете, Петро Олексійович»*.

Висновки. Отже, попри те, що політична мова під час передвиборних кампаній слугує інструментом боротьби за владу з яскраво реалізованою функцією впливу, власне звертання в політичному дискурсі – це етикетні звертання, що мають нейтральну семантику, виконуючи апелятивну, кон-

тактовстановлювальну й соціально-регулятивну функції. Стилістично наповненим виступає звертання, винесене на кінець речення й вимовлене з відповідною інтонацією. За своєю структурною організацією аналізовані власне звертання поширені, переважно двокомпонентні, реалізовані іменниками за моделями ім'я + ім'я по батькові, пан + ім'я / прізвище, а також – трикомпонентні з атрибутивним поширювачем, представленим етикетним словом шановний. Трикомпонентні звертання реалізовані в моделі шановний + пан + ім'я / прізвище.

На вибір форм звертання до адресата в політичному дискурсі, на нормативність цих форм, впливають як мовні, так і позамовні фактори. Об'єктивні характеристики адресата та адресанта, рівень близькості стосунків між ними, форми та типи комунікативного акту, умови його протікання (наявність писемного тексту промови, спонтанність комунікативного акту, обмеженість у часі, емоційність, реакція адресата й аудиторії тощо), очікуваний результат та мета й т. ін. також зумовлюють структуру та семантику звертань в українській передвиборній політичній комунікації.

Список літератури:

1. Богдан С. К. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. Київ : Рідна мова, 1989. 475 с.
2. Вихованець І., Городенська К. Теоретична морфологія української мови. Київ, 2004. 400 с.
3. Головні дебати країни: Зеленський – Порошенко. URL: https://www.youtube.com/watch?v=3ZF6mmnJPoQ (дата звернення: 10.09.2023).
4. Державні стандарти України 4163:2020 «Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів». ДП «УкрНДНЦ» від 01.07.2020. № 144. URL: DSTU41632020v1.pdf (kdu.edu.ua) (дата звернення: 20.09.2023).
5. Загнітко А. П. Теоретична граматика української мови: синтаксис. Донецьк : ДонНУ, 2001. С. 265–269.
6. Ковальова О. Політичний дискурс: сучасні лінгвістичні інтерпретації. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип 27, том 2, 2020. С. 101–107.
7. Корновенко Л. В. Звертання у прагмалінгвістичному аспекті : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. філол. наук. 10.02.02. Київ, 2001. 21 с. URL : https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/15662/Kornovenko.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 10.09.2023).
8. Косьянова О. Г. Політичний дискурс: загальні характеристики поняття. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми викладання іноземних мов для професійного спілкування»*. Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, 2012. URL : http://confcontact.com/2012edu/tom1/33_Kosjanova.htm (дата звернення: 20.09.2023).
9. Мацько О. Формули ввічливості в дипломатичному листуванні. *Дивослово*, 2000. 2. С. 14–17.
10. Миронюк О. М. Історія українського мовного етикету (засоби вираження ввічливості): автореф. дис. канд. філол. наук зі спеціальності 10.02.01. Київ, 1993. 22 с.
11. Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики. Київ : Світогляд, 2005. 315 с.
12. Плющ Н. П. Формули ввічливості в системі українського мовного етикету. *Українська мова і сучасність*. Київ: НОК ВО, 1991. С. 90–98.
13. Пономарів О. Звертання в поетичній творчості Івана Франка. *Іван Франко: дух, наука, думка, воля:* матеріали Міжнародного наукового конгресу присвяченого 150-річчю від дня народження Івана Франка. Львів, 2010. Т. 2. С. 220–22.
14. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування: навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 291 с.
15. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики). Київ : Основа, 2002. 392 с.
16. Скаб М. С. Граматика апеляції в українській мові. Чернівці : Місто, 2002. 272 с.
17. Стельмахович М. Г. Український мовленнєвий етикет. *Дивослово*, 1998. 3. С. 20–21.
18. Український правопис. Київ : Наукова думка, 2019. 392 с.
19. Фоменко О. С. Політичний дискурс демократичного суспільства. *Вісник Київського університету. Іноземна філологія*. 1998. Випуск 27. С. 10–12.
20. Шкіцька І. Власне ім'я як засіб підвищення значимості співрозмовника. *Лінгвістичні студії*. 2011. Вип. 23. С. 237-241. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/lingst_2011_23_54 (дата звернення: 20.09.2023).

Altytseva L. Yu. PECULIARITIES OF DIRECT FORMS OF ADDRESS IN UKRAINIAN POLITICAL DISCOURSE (BASED ON ELECTION DEBATES)

The article focuses on the peculiarities of forms of address used in the political discourse, which is defined as a phenomenon primarily relying on text, shaped by the overall situation in the political communication and particularly in pre-election communication.

The article explores the political debate discourse. The study reveals that the texts of political debates contain three forms of address: direct address, semi-rhetorical and rhetorical address. This paper delves into the means of expression, semantic and structural features of the direct forms of address used by politicians during the election debates. The study also traces the correspondence between the direct forms of address used in the political discourse and traditional forms of address in Ukrainian etiquette.

It has been established that the function of direct forms of address in political communication is performed mainly by traditional etiquette forms of address, i.e. two-component (Name and Patronymic; Mr. + Name; Mr. + Surname) and three-component (Dear + Mr. + Surname; Dear + Mr. + Name) forms.

The article discovers typical mistakes made by communicants when using address during their speeches. As a result, the most frequent abnormalities include morphological errors caused by the use of the nominative case along with the vocative case in the address.

The study found that despite the manipulative potential of political discourse, the direct forms of address used in the election speeches do not offer an evaluative characteristic of the addressee; they are rather used for direct addressing during political communication. Placing the address in the postposition adds expressiveness. Speakers with appropriate intonation are able to convey feelings of indignation and anger.

The potential for further research lies in the analysis of the peculiarities of semi-rhetorical and rhetorical forms of address in election speeches and other political genres.

Key words: *political discourse, election discourse, political communication, direct forms of address, etiquette forms of address, addressee, addresser, peculiarities of forms of address.*

УДК 811.161.2’373.43
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/02

Дюкар К. В.
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

РЕАЛІЗАЦІЯ ІНТЕНЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НЕУЗУАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНСЬКОМУ МІЛІТАРИДИСКУРСІ ПРОТЯГОМ 2022–2023 РР.

У роботі проаналізований інтенційний потенціал неузуальних інноваційних утворень, що постали в українському мілітаридискурсі протягом 2022–2023 рр. Зауважено, що окреслена проблематика не становила самостійного об’єкта мовознавчого вивчення раніше й потребує окремого розгляду та подальшого розроблення. Установлено загальні тенденції неогенності в мілітаридискурсі. З’ясовно формально-змістову та функційну специфіку інноваційних похідних. Простежено зв’язок між структурно-семантичною організацією інновацій і їхнім інтенційним потенціалом. Указано на те, що російсько-українське гібридне протистояння в його інтенсивно-гострій конвенційній фазі набуло специфічних вербальних виявів. Висловлено припущення, що особливості вербалізації зумовлює саме гібридний характер ведення бойових дій, що розгортаються не лише на лінії бойового зіткнення, а й у віртуальному просторі. Акцентовано, що екстремальність реалій, у межах яких формується мілітаридискурс, визначає домінантну роль неузуальних інструментів у неогенних процесах. Наголошено на тому, що застосовуваний мовцями для продукування інновацій інструментарій якісно різниться зі способами та засобами креатворчості довоєнної доби. Доведено, що стандартизовані деривaційні зразки сьогодні протистоять новим, гібридизованим моделям. Розглянуто такі способи продукування інновацій, як компресія, графогібридизація, субституція та інтрузія. Зазначено, що поєднання в межах одного словотвірного кроку різних засобів є лише видимою частиною більш суттєвих зрушень на рівні психомислиннєвих процесів у мовців – учасників мілітаридискурсу. Підкреслено, що поряд із гібридизованими зразками інновацій функціонують системні неузуальні неодеривати. Спостережено, що «класичне злютування» стає в опозицію до «гібридизованих зрощень», засвідчуючи стратифікацію в межах антагоністичних ціннісних структур. Наголошено, що похідні дають змогу зреалізувати інтенційну настанову комунікатора на стратифікацію простору, психологічне розвантаження від травмувального досвіду чи дистанціювання від окремих ментальних парадигм.

Ключові слова: *експліцитність, імпліцитність, інтенція, мілітаридискурс, інновація, семантика, мовленнєвий вплив.*

Постановка проблеми. Складно відшукати, крім мови, ще одну систему, вироблену людською цивілізацією, де органічно співіснують і взаємодоповнюють одна одну дві антагоністичні тенденції – постійність і стрімка динаміка. Сформувавши стабільний сигнально-знаковий апарат і зафіксувавши певний minimum minimorum семантико-граматичних кодів, що складають її комунікативне ядро, мова перебуває в постійному русі в межах майже всіх своїх систем. Ясна річ, що стимулом і тригером перманентних зрушень виступають позамовна дійсність і стабільно високий запит на номінації, адже щоразу «нове слово створюється людиною, коли вона стикається з предметом, призначення і сутність якого вона знає, але не має уяви і не пам’ятає його “імені”» [5, с. 77]. Зайве казати, що екстремальні, межові або відсутні в досвіді покоління мовців явища, реалії, поняття тощо, такі як воєнні дії гібридного типу з тривалою гострою конвенційною фазою в Україні сьогодні, спричиняються до активної словотворчості. До того ж «мова війни ілюструє мову протистояння та ненависті» [12, с. 102], а тому важливо розуміти, яку роль у цьому відіграють інновації. Зауважимо, що потреба в неономенах продиктована й прагненням мовців зреалізувати свій лінгвокреативний потенціал через матеріалізацію в явищах рівня *нео* експресивних маркерів, гри асоціацій, маніпулятивно-пропагандистських концептів тощо. Адже, як влучно підмітили І. Шахновська та Л. Загородна, інновації «відображають прагнення індивіда до точності та оригінальності. Прагматика нового слова кодує вихідний і унікальний намір мовця, а саме модальність

“несподіваність” та “подив”» [16, с. 112]. Зважаючи на те йдеться про специфічні артефакти – носії інтенційності «як серцевинної особливості людської свідомості бути спрямованою на вирішення нагальних питань свого буттєвого призначення-уприсутнення» [14, с. 119]. Отже, «нові суспільно-політичні, соціально-економічні, а нині воєнні реалії спонукають до оновлення лексико-семантичної системи мови» [1, с. 55], окреслюючи перед мовознавчою спільнотою коло питань, пов’язаних із процесами творення, функціонування, фіксування інновацій у мові та мовленні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Межовість реалій сьогодення в Україні дає змогу спостерігати прикметну тенденцію, коли інновації, з’являючись ситуативно в мовленні окремого комунікатора і маючи незвичну (подекуди надскладну й позасистемну) структурно-семантичну організацію, увіходять в активний ужиток мовців. І. Козинець зазначила, що «за певних обставин у стані емоційного підйому або експресії людина може створити нову лексичну одиницю, яка потім закріпиться у соціумі і перейде до активного вокабуляру серед інших людей» [9, с. 136]. Отже, інтенсивне вживання в мовленні спричиняється до того, що значна частина інновацій стає невід’ємним надбанням мовної системи [13, с. 78]. Крім цього, рівень неогенності сьогодні є надзвичайно високим, але, певно, не сягнув піка. Як стверджують Л. Довбня і Т. Товкайло, «процеси неологізації <…> спонукали до упорядкування *BBC News* Україна нових лексем-маркерів сучасної доби» [3, с. 218]. Щоразу обґрунтовуючи тезу про активність рівня *нео*, науковці подеколи опосередковано постулюють, що саме аналізований хронологічний зріз варто кваліфікувати як період «неологічного буму», тоді як лінгвокреатворчість подальших часових відтинків засвідчує якщо не більшу, то принаймні умовно однакову продуктивність творення інновацій.

Із огляду на сказане вище стає зрозумілим, чому підвищена неогенність мовлення продовжує привертати увагу світових академічних кіл, зокрема й вітчизняних (роботи Г. Вокальчук, Ж. Колоїз, П. Кук, Д. Мазурик, А. Нелюби, Ф. О’Делл, Д. Раг, Дж. Сімпсон, К. Сорніґ, О. Стишова та ін.). Підкреслимо, що останнім часом посилюється інтерес учених до різних аспектів неологізації мовлення з-поміж іншого й у мілітаридискурсі (розвідки С. Гриценко, О. Деркачової, Л. Довбні, Н. Єльнікової, М. Жулинської, О. Круглій, Т. Товкайло, М. Хар та ін.). Попри високий ступінь розробленості проблем, пов’язаних із інноватикою загалом, найновіші студії (Г. Вусик, К. Дюкар, І. Козинець, Г. Мацюк, Н. Павлик та ін.) не вичерпують масиву явищ рівня *нео*, що засвідчує цінність пропонованого дослідження. Наголосимо на тому, що реалізація інтенційного потенціалу неузуальних інновацій в українському мілітаридискурсі протягом 2022–2023 рр. наразі не становила самостійного об’єкта мовознавчого аналізу й потребує окремого розгляду, що зумовлює **актуальність** нашої **роботи**.

Незважаючи на високий ступінь розробленості питань, пов’язаних із інноваціями в мові та мовленні, ця філологічна царина продовжує залишатися однією із найбільш дискусійних. Наразі дослідники не дійшли одностайності в такому фундаментальному аспекті, як «термінологічні назви одиниць інноватики» [13, с. 30]. У своїй розвідці ми слідом за Н. Клименко, Є. Карпіловською, Л. Кислюк послуговуватимемося терміном *інновація* «як родовою назвою різних типів мовних нововведень» [8, с. 10]. Підкреслимо, що, використовуючи номінації *інновація* та *явище рівня нео*, ми свідомі різнорівневості характеру, за висловом Ж. Колоїз, «прогресу номінації», представленого окремими елементами неологічної системи [10, с. 81]. Ми чітко стоїмо на позиціях розмежування інновацій, що продукуються системно за загальномовними зразками, і неоартефактів, до продукування яких залучений неузуальний інструментарій. Наголошуємо на тому, що всупереч експансивному характеру оказіональної словотворчості й залученню не властивих узусу деривaційних моделей, наполягаємо на системності реалізації мовних потенцій [17, с. 81], що не розхитують норм чи, скажімо, традиційних загальномовних парадигм, а утворюють альтернативні парадигми з власною системністю і показниками продуктивності, регулярності тощо, становлячи, дещо переформульовуючи влучний вислів Є. Карпіловської, зведення правил для «гри без правил» [6]. Заразом убачаємо потребу слідом за О. Кирилюк відокремлювати штучні інновації від рефлексивних [7, с. 54]. У межах нашої розвідки зосередимося саме на рефлексивних, що є наслідками невимушеної, довільної, часто підсвідомої інтенційної лінгвокреатворчості та має виняткове значення для мілітаридискурсу. Зазначимо, що під останнім розуміємо «тип дискурсу, що відображає сферу соціально-політичного та культурного життя, психологічні та історичні процеси періоду війни. <…> …воєнний дискурс націлений не тільки відображати життя війська, але й воєнні події та повсякденні реалії, предмети та явища.

Їх характеризують за допомогою засобів стилістики, неологізмів, мовної гри, евфемізмів, щоб уникнути негативних конотацій й пом'якшити розповіді, пов'язані з загибеллю людей, руйнуваннями інфраструктури» [15, с. 161]. Наведене визначення, запропоноване М. Хар, уважатимемо вихідною позицією для аналізу інновацій.

Мета нашої розвідки – простежити реалізацію інтенційного потенціалу неузуальних інновацій в українському мілітаридискурсі протягом 2022–2023 рр. Досягнення поставленої мети передбачає **розв'язання** таких **завдань**: 1) установити загальні тенденції неогенності в мілітаридискурсі; 2) з'ясувати формально-змістову та функційну специфіку похідних; 3) простежити зв'язок між структурно-семантичною організацією інновацій і їхнім інтенційним потенціалом. **Об'єктом** вивчення є неузуальні інновації, що з'явилися в текстах мілітаридискурсу протягом 2022–2023 років. **Предмет** – інтенційний потенціал інновацій.

Виклад основного матеріалу. Добір і систематизація фактичного матеріалу, дають підстави стверджувати, що російсько-українська гібридна війна, яка триває майже десятиліття, набула специфічних неогенних вербальних виявів. Вочевидь, це зумовлює саме гібридний характер ведення бойових дій, що розгортаються не лише на лінії бойового зіткнення, а й у віртуальному просторі. Маємо на увазі передовсім тенденцію до творення інновацій неузуальними шляхами (*бульбапюрер*, (*де*)*генерал*, *няш-чмоняш*, *паламіта*, *пєтушенко*, *руцкі*, *соловйоб*, *терроруззія*, *шосєбалом*, *ядєрга* тощо), протиставляючи, хоч і новим за формою та змістом, але відповідним на рівні деривaційної моделі чи способу творення узусу неолексемам на кшталт *бандерасмузі*, *бункєрний*, *дешайтанізація*, *літакопад*, *мінтероризму*, *пакет*, *путінщина*, *рашизм* тощо. Як ми вже відзначали, застосовуваний мовцями для продукування інновацій інструментарій якісно різниться зі способами та засобами креатворчості довоєнної доби [4, с. 96–97]. Ідеться передусім не про конструювання мовцями принципово нових моделей, а про активізацію тих, похідні утворені за якими здебільшого функціонували в художніх (*головосік-сікель-зек, жайвино*, *зимовина*, *омунізм*, *штор но биль* – Тарас Мельничук), суспільно-політичних (*бздюшенко*, *зелебобіус*, *кулявлоб*, *миздобули*, *укроп* тощо) чи рекламних (*АЛЛОВ'Ю*, *моно?*, *намберван*, *СОМFУцій*, *EVAріанти*) текстах.

Стверджуючи, що неузуальні способи зазнали суттєвих трансформацій, порівняймо компресив доби Революції гідності *кулявлоб* (січень 2014 р.), де бачимо стандартне лінійне зрощення фрагментів речення в довільних граматичних формах, голофразисне утворення пізнішої пори *мальчіквтрусіках* (липень 2014 р.), у якому злютування складників супроводжується транслітерацією, і інновацію *ДамбітьБамбас* (березень 2022 р.), де в процесі компресії відбувається графіксація (графічне виділення), транслітерація (передавання звукових специфікацій іноземної мови), субституція (заміна елемента), анафразія (перестановлення фрагментів різних слів) тощо. До речі, про спорадичні приклади комбінування мовцями кількох неузуальних зразків у межах одного деривaційного такту не йдеться, адже інновації *аналаГАВНЄт*, *ЕронДонДонФільм*, *мичємтаможемпамочь*, *потєрьнєт*, *путєнспасі*, *РФашистськийхуйлостан*, *чєготакієкіслиє* тощо дають підстави говорити про закономірність. Зауважимо, що графодеривацію мовці продовжують активно використовувати в нетрансформованому вигляді для творення лексем – блокаторів чи попусників негативного екстралінгвального тла (*ASMRистович*, *aZZVабадітєлі*, *Е-дерун*, *Е-могила*, *ЗСУіти*, *ООНити*, *уzzкі*, *Zапорєбрік*, *мраZота*, Zасранці тощо).

Постає логічне питання, що спричиняє подібні зрушення на рівні узуально не закріплених, але системних мовленнєвих практик? Оскільки мовлення віддзеркалює дискреційно-імперативні психомислиннєві сигніфікації, то, припускаємо, що зрушення в деривaційних моделях – верхівка айсберга. Причини маємо шукати на рівні позасвідомого, що інтенційно експлікується в конкретному комунікативному акті через інтуїтивно-асоціативні декодери, які у висококонтекстуальних культурах, до яких належить українська, потребують залучення артефактів позавербальної дійсності (символи, прецеденти, інтертекст тощо). Звернимося до контексту: «Ось, десь на околиці Севастополя дві старенькі в запущеній пенсіонерській квартирці б'ються в істериці – вони три дні не бачили і не чули Путіна. Чутливі сусіди бабусь дзвонять в МНС, повідомляють тривожну новину, ті встрибують у спецмашину, включають сирену та мигалку і мчать темними вулицями "міста руської слави", щоб врятувати двох пропагандозалежних бабусь. Біля під'їзду оперативно розгортають машину, заводять генератор, відкривають екран і ось вже з сусідніх будинків підтягуються представники "русского мира", як сомнамбули, бурмочучи про себе – "**дедивоевалі**", "**незабудемнепростім**", "**путінсвятой**". Полковник МНС

дзвонить в штаб і доповідає – "врятували"!». Як бачимо, у наведеному фрагменті залучена ціла лінійка однотипних компресивів, продукування яких супроводжуване транслітерацією, що, імовірно, спричинено прагматичною комунікативною потребою концептуального рівня – вивести поняття, номіновані інноваціями з невластивим акустичним звучанням, поза межі парадигм «норма», «своє», «логіка». У цьому контексті прикметним видається той факт, що в інноваціях на зразок *дебахнуло* чи *якти* зрощення відбувається без застосування додаткових супутніх інструментів. Переконані, що «класичне злютування» в такому випадку стає в опозицію до «гібридизованих зрощень», засвідчуючи стратифікацію в межах антагоністичних ціннісних парадигм. Відповідно, *дебахнуль* у значенні 'людина, яка через свій інтерес чи стурбованість може заподіяти шкоди' однак залишається в площині «свого» для комунікаторів.

Схожим чином інтенційність зреалізовується й в інноваціях, утворених шляхом субституції (заміни у твірному морфеми або неморфемного сегмента за аналогією конкретного слова): *зрадобєсіє*, *мацква*, *могилізація*, *парашобачення*, *прес-алкаше*, *пукін*, *розія*, *уйобщина*, *Укрлан*, *хєрой*, *тувінералісімус* тощо та інтрузії (серединної неморфемної вставки): *арістрєлкович*, *бздон*, *макарон*, *нікчемчина*, *рососія*, *уйорбан*, *чорної-баївка* тощо. Зауважимо, що наслідки вказаних деривaційних процесів поза мілітаридискурсом періоду повномасштабного вторгнення «доволі часто є "збудниками сміху", оскільки адресат реагує на них завжди (хоч, імовірно, і не відразу)» [11, с. 95]: *домбабве*, *луганда*, *окупедіум*, *путінг*, *пюрер*, *скримздити* та подібні. До слова, комічного ефекту мовці здебільшого досягають засобами гендіадісу (*дон-кадирон*, *лафкі-чмафкі*, *няшфаш*, *раша-параша*, *тік-орк*, *брянск-хуянск*), що дають змогу зреалізувати інтенційну настанову комунікатора на психологічне розвантаження від травмувальної події. Результати ж субституції та інтрузії, своєю чергою, радше виконують функції смислових демаркаторів. Розгляньмо такі контексти: «**крисіяни**, що ще не навчені життю в умовах воєнного часу»; «нещасні "**крисіяни**" звертаються з питанням – мовляв, як відновити український паспорт…»; «І якщо українці цього ранку вишикувалися у чергах за шампанським і смаколиками, то **крисіяни** – за туалетним папером і паливом»; «**Крисіяни**, подивіться на український прапор, який неможливо порвати і підпалити». Як бачимо, відколи Крим перебуває під окупацією, жителі материкової частини України поступово культурно й ментально відчужуються від мешканців півострова, усталюючи стереотипізований сигніфікат 'манкурт', який із прийшлих росіян починає поширюватися і на кримців. Зіставимо, беручи до уваги викладене вище, інтенційне навантаження попередніх контекстів із фрагментами, де наявний субститут *пинбабве*: «чому рашка в цій локалізації не зветься блінолопатна скотоублюдія при королівстві, нефтедирна **пинебабве** при імперії, рабські вимирати при теократії, та свинособачій хуйлостан при республіці?»; «Ну от хтось із нєфтєдирного **Пинєбабве** розкрив рота, якусь байду в мікрофон ляпнув, а у нас зразу "це ІПСО"». Дистанція наразі не є достатньою, щоб подолати демаркаційну лінію «чуже». Припускаємо, однак, що подальше перебування півострову в статусі анексованої території спричиниться до ментального переходу в парадигму «чуже», свідченням чого стануть гібридизовані інноваційні структури.

Висновки. Таким чином, наша спроба розглянути реалізацію інтенційного потенціалу неузуальних інновацій в українському мілітаридискурсі протягом 2022–2023 рр. репрезентує лише окремий аспект розроблення обраного напряму, який наразі видається перспективним і потребує подальшого дослідження. Аналіз фактичного матеріалу засвідчив, що російсько-українське гібридне протистояння в його інтенсивно-гострій конвенційній фазі набуло специфічних вербальних ознак. Так, екстремальність реалій, у межах яких формується мілітаридискурс, визначає домінантну роль неузуальних інструментів у неогенних процесах. З'ясовано, що стандартизовані деривaційні зразки сьогодні протистоять новим, гібридизованим моделям. Поєднання в межах одного словотвірного кроку різних засобів є лише видимою частиною більш суттєвих зрушень на рівні психомислиннєвих процесів у мовців – учасників мілітаридискурсу. Указано на те, що поряд із гібридизованими зразками інновацій функціонують системні неузуальні неодеривати. З'ясовано, що похідні дають змогу зреалізувати інтенційну настанову комунікатора на стратифікацію простору, психологічне розвантаження від травмувального досвіду чи дистанціювання від окремих ціннісних або ментальних парадигм.

Список літератури:

1. Вусик Г. Л., Павлик Н. В. Неологізми як мовне відображення російсько-української війни 2022 року. *Закарпатські філологічні студії*. Вип. 23. Т. 1. С. 52–57.

2. Гриценко С. Мовні інновації російсько-української війни 2022. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Вип. 32. Ч. 2. 2022. С. 9–13.

3. Довбня Л. Е., Товкайло Т. І. Неологізми та їх відтворення в інтернетних засобах масової комунікації. *Society Document Communication*. № 14. 2022. С. 209–232.

4. Дюкар К. В. Лексико-словотвірна специфіка неовербативів періоду дії воєнного стану в Україні. *Нова філологія.* № 89. 2023. С. 96–100.

5. Загнітко А. Сучасні лінгвістичні теорії: монографія. 2-ге, випр. і доп, Донецьк: ДонНУ, 2007. 219 с.

6. Карпіловська Є. Неузуальне словотворення : правила «гри без правил». *Вісник Київського національного лінгвістичного уіверситету.* Т. 8. № 1. 2005. С. 106–117.

7. Кирилюк О. Л. «Вогнехреще» або неологізми як відображення військового протистояння. *Наукові записки КДПУ*. Вип. 137. 2015.С. 52–57.

8. Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: Монографія. Київ: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2008. 336 с.

9. Козинець І. Відображення війни у мові крізь призму неологізмів. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 61. Т. 2. 2023. С. 135–140.

10. Колоїз Ж. В. До питання про диференціацію основних понять неології. *Вісник ЗДУ: Філологічні науки*. № 3. 2002. С. 78–83.

11. Колоїз Ж. В. Неузуальне словотворення : [монографія]. Кривий Ріг : НПП Астерікс, 2015. 156 с.

12. Мацюк Г. Взаємодія понять мова – війна як об'єкт лінгвістичного аналізу. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 35. Т. 7. 2021. С. 101–106.

13. Стишов О. А. Динаміка лексичного складу сучасної української мови. Лексикологія. Лексикографія: навч. посіб. Біла Церква : Авторитет, 2019. 198 с.

14. Фурман А. А. Інтенційність як сутнісна ознака смисложиттєвого буття особистості. *Психологія і суспільство*. № 3–4. 2019. С. 118–137.

15. Хар М. Є. Воєнний дискурс: процеси неологізації. *Закарпатські філологічні студії*. Вип. 24. Т. 1. 2022. С. 160–166.

16. Шахновська І. І., Загородна Л. Т. Українські та англійські оцінні неологізми, утворені на тлі політичних подій в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. № 57. 2022 С. 111–114.

17. Diukar K. Deviant expansion of neoanthroponyms in the speech of social media users. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University*. Series "Philology". 92, 2023. P. 78–82.

Diukar K. V. REALIZATION OF THE INTENTIONAL POTENTIAL OF NON-USUAL INNOVATIONS IN THE UKRAINIAN MILITARY DISCOURSE IN 2022–2023

The article analyzes the intentional potential of non-usual innovative formations that emerged in the Ukrainian militaristic discourse in 2022–2023. It is noted that the outlined issues have not been an independent object of linguistic study before and require separate consideration and further development. The general tendencies of neogeneity in the military discourse are identified. The formal, semantic and functional specificity of innovative derivatives is clarified. The connection between the structural and semantic organization of innovations and their intentional potential is traced. It is pointed out that the Russian-Ukrainian hybrid confrontation in its intensely acute conventional phase has acquired specific verbal manifestations. The author suggests that the peculiarities of verbalization are determined by the hybrid nature of hostilities that unfold not only on the front line but also in the virtual space. It is emphasized that the extreme realities within which the militarized discourse is formed determine the dominant role of non-usual instruments in neogenic processes. It is emphasized that the tools used by speakers to produce innovations are qualitatively different from the ways and means of creativity of the pre-war era. It is proved that standardized derivational patterns today are opposed to new, hybridized models. The author considers such ways of producing innovations as compression, graphohybridization, substitution and intrusion. It is noted that the combination of different means within one word-formation step is only a visible part of more significant shifts at the level of psycho-thinking processes in speakers – participants of militarized discourse. It is emphasized that along with hybridized samples of innovations, systemic non-usual neo-derivatives function. It is observed that «classical anger» stands in opposition to «hybridized splices», showing stratification within antagonistic value structures. It is emphasized that derivatives make it possible to realize the communicator's intentional intention to stratify space, psychological relief from traumatic experience or distancing from certain mental paradigms.

Key words: *explicitness, implicitness, intention, militarized discourse, innovation, semantics, speech influence.*

УДК 811.161.2’38
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/03

Насмінчук І. А.
ЗВО «Подільський державний університет»

ВІЙСЬКОВА ЛЕКСИКА ЯК СКЛАДОВА МОВОТВОРЧОСТІ МАРІЇ МАТІОС

У статті проаналізовано особливості використання військової лексики в художній практиці Марії Матіос. Матеріал для розгляду – збірка новел «Нація», роман «Солодка Даруся», роман-панорама «Букова земля», тобто твори, присвячені подіям Першої і Другої світових воєн, історії Української повстанської армії, сучасним воєнним змаганням на Сході України. Спираючись на визначення особливостей формування української військової лексики, запропоноване І. Литовченко, авторка виокремлює в аналізованих творах загальновживану та регіональну військову лексику, характеризує її у семантичному і функціональному аспектах. Аналіз військової лексики у творах Марії Матіос дає можливість пізнати мовну картину світу буковинців, яка відчутно мілітаризована. З’ясовано, що серед спеціальних найменувань домінантою виступає тріада «війна-воїн-ворог», яка послідовно підсилюється відповідним лексичним оточенням. Визначено сім найчисельніших груп лексичних одиниць на позначення військових подій, явищ, понять: 1) назви військових звань, 2) назви військових угрупувань і їх родів, 3) назви зброї, військового спорядження, 4) лексика на позначення воєнних дій та їх наслідків, 5) назви військового одягу, 6) назви воєнних об’єктів, ліній оборони, фортифікаційних споруд, 7) назви військових відзнак і нагород. Ці групи існують не ізольовано, вони пов’язані між собою. Спостережено активне використання письменницею не лише загальновживаної військової лексики, а й військового лексикону формування УПА, що спричиняє дублетну синонімізацію в описах зовнішнього вигляду вояків, назвах бойових підрозділів, у передачі етикетних формул звертання. Здійснений аналіз дає підстави стверджувати, що талант Марії Матіос оприявнив себе як у володінні суто мистецькими засобами, так і глибокій обізнаності у царині спеціальної лексики. Мілітарні терміни і номени, талановито використані письменницею, з одного боку, сповна виконують свою дефінітивно-номінативну функцію, а з другого – здійснюють уплив на образну систему твору.

Ключові слова: *військова лексика, терміносистема, мовопростір, Марія Матіос, номінативна функція.*

Постановка проблеми. Віроломне вторгнення російської армії в суверенну Україну актуалізувало проблему розбудови і дослідження української військової (мілітарної) лексики. Варто погодитися з висновком сучасних дослідників-лінгвістів, що за останні дев’ять років мовопростір України зазнав стрімкої мілітаризації, а «питання української військової термінології стало питанням національної безпеки» [4, с. 8]. У розвідках українських мовознавців (І. Голубовська, В. Горобець, В. Жалай, П. Ковалів, І. Литовченко, Т. Михайлова, Л. Мурашко, Л. Туровська, І. Царьова, Н. Яценко та ін.) наголошується на збагаченні лексичних запасів мови військовими термінами в умовах глобальних викликів. Мовознавиця І. Царьова констатує, що «військова лексика та термінологія поповнилася номенами, які тепер використовують не лише в зоні бойових дій Донбасу, а й охопили всю територію нашої держави. Це назви операцій, військових центрів, лабораторій, штабів, найменування компаній, проєктів, новітніх бойових виробів, військових ударів, кодових імен осіб тощо» [20, с. 804]. Військова лексика, як досить широке поняття, включає в себе елементи вужчого поняття, а саме – військову термінологію та військову терміносистему. Здобутки у розвитку української військової терміносистеми на сьогодні засвідчені словниковими виданнями [16; 17], монографічними працями [9; 18], дисертаціями [13; 23], фаховими статтями [5; 8; 19] та ін.

Останнім часом лексика, яка донедавна мала свій природній вузькоспеціалізований простір, стрімко переходить у простір художньої літератури. Тому окремим аспектом проблеми розвитку військової лексики бачиться її функціонування в літературному тексті. Студіювання мовотворчості сучасних письменників під означеним кутом зору стимулює роздуми про роль військових лексем і номенів у відображенні історичного поступу України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема функціонування української військової лексики в художніх творах репрезентована різноаспектними мовознавчими студіями. Актуалізація цієї проблеми зумовлена посиленням антропоцентричного підходу до вивчення мовних явищ. Значна увага дослідників зосереджена навколо термінів на позначення військового ремесла в текстах історичної тематики. Показовими щодо цього є статті О. Банзерук «Військова лексика в історичній прозі П. Куліша», З. Дубинець «Військова лексика в романі Р. Іваничука «Мальви», Ж. Колоїз «Слова минулої епохи в сучасному історичному романі Василя Шкляра «Залишенець. Чорний Ворон». Особливо цікавими видаються праці, в яких учені оприявнюють особистий мілітарний досвід досліджуваних авторів. Так, Л. Підкуймуха, аналізуючи військовий лексикон у текстах львівського літературного угруповання «Дванадцятка», ілюструє свої міркування цитатами з творів Ярослава Курдидика, безпосереднього учасника воєнних виправ 30–40-х рр. XX ст. «Використання військової лексики, – слушно зауважує авторка, – з одного боку, дає змогу якомога детальніше передати бойові дії, а з іншого, дає розуміння, що автор багато знав про воєнні події, що їх передає у своїх текстах» [15, с. 487]. Не менш важливим аспектом мовознавчих праць останніх років є питання «функціювання військових термінів і номенів як частини термінологічної лексики сучасної української мови в художньому дискурсі про наше сьогодення» [14, с. 67]. Осмислення процесу освоєння військової лексики авторами, які пишуть про російсько-українську війну, знайшло своє відображення у студіях К. Панасюк [14] про документально-фантастичний роман Ю. Щербака «Зброя судного дня» і С. Бибик [1] про збірку Б. Гуменюка «Вірші з війни». Військова лексика, за спостереженнями дослідниць, вербалізує особистий досвід письменників-сучасників, відображає їхні ціннісні орієнтири та моральні імперативи. Для дослідження процесу збагачення української літератури військовою лексикою важливою бачиться теза І. Литовченко про те, що «становлення української військової підсистеми відображає процес розвитку мови, її модифікацію загалом. Формування української військової лексики тісно пов'язане з еволюцією військової справи, спричинене соціально-історичним поступом людства (екстралінгвальний чинник), підпорядковане внутрішньомовним законам і міжмовним контактам (інтралінгвальний чинник)» [9, с. 41].

Творчість Марії Матіос, яка охоплює найскладніші етапи української, (зокрема буковинської) історії, зумовила появу значної кількості літературо- і мовознавчих [7; 21; 22] праць, де принагідно зачіпається питання мілітарного дискурсу. Проте військова лексика як складова мовотворчості Марії Матіос не була дотепер об'єктом жодного дослідження. Ця обставина і мотивує вибір теми наукової розвідки.

Дослідники звертають увагу на те, що цілеспрямоване використання письменниками мілітарних термінів і номенів здійснюється двома лініями: 1) використання спеціальної лексики з дефінітивно-номінативною функцією – на позначення речей, понять, явищ; 2) творче переосмислення (метафоризація) військових лексем.

Мета роботи – на матеріалі прози Марії Матіос, зокрема збірки новел «Нація», романів «Солодка Даруся» і «Букова земля» дослідити особливості вживання письменницею військової термінології у номінативній функції та в образно-метафоричному значенні.

Виклад основного матеріалу. Для прозового дискурсу Марії Матіос найбільш актуальною є тема Української Повстанської Армії. Ця обставина зумовила активне використання письменницею не лише загальновживаної військової лексики, а й військового лексикону власне формування УПА, в основі якого, як відомо, була термінологія легіону Українських Січових Стрільців. Як зазначає Т. Вронська, «у військових регулярних формуваннях, які виникли під час Другої світової війни (дивізія «Галичина», УПА), вживалися як спільна, так і окремішня термінологія. Спільним було використання традиційної термінології Українських січових стрільців (УСС) і водночас термінів, позначених германізмами, полонізмами та русизмами пізнішого походження. У лексиконі вояків дивізії «Галичина» виразніше проступають галицькі діалектизми та німецькі запозичення. В УПА ці компоненти були послаблені вживанням запозичень із російської мови. Загалом це зумовило використання різнорідних масивів військової термінології і навіть дублетних синонімів (батальйон – курінь, уніформа – однострій, стрілець – вояк – солдат, отаман – генерал, звернення: пане – друже – товаришу) [2, с. 5]. Ця різнорідність і дублетна синонімізація чітко простежується у творах Марії Матіос в описах зовнішнього вигляду вояків («Дарій знає і другого Василька, того, що у *воєнній формі* стоїть зараз коло посла» [10, с. 173]; «Легіон у складі австрійської ландштурми в нових *військових строях* і зі

щоденними боями пішов далі здобувати буковинські села» [10, с. 223], «Фріц нашвидкуруч одягає консульську *уніформу*» [10, с. 555], назвах бойових підрозділів («*Рій* 7-10 осіб, *чота* 25–30 – 3 рої, *сотня* 100-125 – 3–4 *чоти*, *курінь* 300-450 – 3–4 *сотні*» [10, с. 872]; «Ач, як організовано! Ну, просто тобі армійська структура: *взвод – батальйон – рота – полк*» [10, с. 872]), у передачі етикетних формул звертання (« – Ми воюємо. / – З ким? / – З такими, як ви, *пане-товаришу* капітан. З безсердечними» [10, с. 882]; «Гріх маю, *друже* "Лис"… великий гріх» [10, с. 707]).

В аналізованих творах серед спеціальних найменувань домінантами виступають «війна», «воїн», «ворог», які підсилюються відповідним лексичним оточенням: *атака, бій, вогонь, наступ, обстріл, удар, фронт, танк, артилерія, автомат, набої, міномет, зброя, боївка, стрілець, рій, чота, сотня, курінь, криївка, бункер, провід, схрон, партизанка, противник, скоростріл, москаль, СМЕРШ тощо.* Поряд із унормованими мовними одиницями Марія Матіос активно використовує регіональну військову лексику (*гвер, кріс, канони, «стрибки», грипси, фана, сте́жа, вістун).*

Крім одночленних термінів, письменниця послідовно вводить у художню канву дво- і тричленні терміни-словосполучення. В аналізованих текстах зустрічаються різні моделі, але найчастіше це прикметник/прикметники з іменником у називному відмінку: «*артилерійські канони*» [10, с. 153], «*військові обладунки*» [11, с. 75], «*окупаційна влада*» [10, с. 155], «*крайова оборона*» [10, с. 170], «*ворожі вивідувачі*» [10, с. 178], «*москальський розвідник*» [10, с. 178], «*прицільний вогонь*» [10, с. 225], «*офіцерська уніформа*» [10, с. 458], «*прифронтовий госпіталь*» [10, с. 582], «*широкомасштабна операція*» [10, с. 887], «*німецький військовий госпіталь*» [10, с. 581], «*совіцька воєнна комендатура*» [12, с. 128], «*буковинське збройне підпілля*» [10, с. 791], «*радянське партизанське з'єднання*» [10, с. 812], «*воєнний німецький пост*» [12, с. 128].

Домінанта «*війна*» вживається Марією Матіос у прямому і переносному значенні, тобто, і в розумінні чужоземної агресії, і в розумінні суперечки чи побутової сварки. Іноді, зокрема у прямій мові персонажів, ці два значення перемежовуються, набираючи гумористичного забарвлення, наприклад: «У мене дома *одна война* ся не скінчила, а у світі вже зачалася *друга*. І як чоловікові межи *двома войнами* жити, куме? Га?» [10, с. 168]. Номінативне поле домінанти «*війна*» вербалізоване лексемами «*вОйна*», «*бойня*», «*битва*», «*різня*»: «Позабирали румуни чоловіків на *войну-бойню*» [12, с. 127]; «У світі триває велика *бойня*» [10, с. 174]; «Як не вернеться з *битви* – все одно краще, ніж не вернувся би з криміналу» [10, с. 176]; «Народи двигають цей величезний тягар на своїх плечах терпеливо і терпеливо чекають кінця цій *різні*» [10, с. 207]. Ознаковий ряд *війни* представлений низкою прикметникових лексем, які вказують на: 1) масштаб зіткнень: «На дев'ятий день стали на позиції *малої* війни кругом Селятина» [10, с. 177]; «З початком *великої* війни проти ненависного більшовизму ми як держава стали на той шлях, яким повинен іти весь румунський рід» [10, с. 553]; «Видко, не сьогодні-завтра *бойня велика* тут буде» [12, с. 127]; «Бо то є *світова* битва» [10, с. 219]; 2) поняття правового і морально-етичного характеру: «Саме *справедливі* війни найбільше зміцнюють будь-які народи» [10, с. 142]; «Сьогодні у горах починається маленька, але *тверда*, бо *визвольна*, війна гуцулів проти ворога» [10, с. 174]; «Якось так ця *страшна* війна верховодить, що забирає у вояків якщо не життя, то ноги» [10, с. 210]. У композиційну рамку репрезентативної лексеми «*війна*» залучені повторювані стійкі словосполуки «*кінець світу*», «*кінець людських цивілізацій*», «*всеохопний хаос*», «*час людського безуму*».

Домінанта «воїн» послідовно використовується лише у значенні «захисник рідного краю», синонімічна група на позначення цього поняття включає такі слова і словосполучення, як *боєць, боївкар, побратим, герой, вояк, повстанець, стрілець, лісовик, бандерівець, упівець, легінь, «чорт у червоних гачах», доброволець Гуцульського легіону.* До цієї синонімічної групи варто віднести і не часто вживану Марією Матіос лексему *козак.* В українській культурі це воїн-захисник, воїн-переможець. Вояки Гуцульського батальйону добре усвідомлюють тяглість козацької традиції і свою причетність до козацької слави: «Козаки колись багато зробили для Європи, бо вони найкращі воїни, а ми гуцули – то є нащадки козаків, які захищають зараз Європу від російської нечисті» [10, с. 295]. З позитивно конотованих лексем, які використовуються для характеристики захисників рідного краю, перевагу мають епітети: «Ще ніколи не бачив Дарій свого командира таким *рішучим і непоступливим,* як у той день. *Безстрашним* Стефан був завжди, хоча сміливість – не найкраща риса на війні» [10, с. 225]; «Як підтримувати бойовий дух *безстрашних воїнів*?» [10, с. 308]; Лексема *воїн* у текстах поширена прикметниками і присвійними займенниками:

«І сьогодні *наші лицарі-гуцули* присягають боронити свій край» [10, с. 173]. «Для *наших безстрашних захисників* – моя пісня від щирого серця» [10, с. 209]; «І що би з ними там робив? Межи *твердих, як камінь, наших стрільців*?» [10, с. 212].

Навколо домінанти «ворог» у синонімічний ряд групуються як нейтральні слова (*противник, загарбник, неприятель, конвоїр, оперативник, енкаведист, емгебіст*), так і стилістично забарвлені (*москаль, сексот, совіти, «бідося без роду-племені», вража сила, нечисть, «двоногі пси»*). До активної зони цього синонімічного ряду відносяться також евфемістичні замінники (*«заготівельники», «ці», «оці»).* Свідченням дегуманізації ворога виступають негативно конотовані епітети: «Замикав кавалькаду ще один козацький підрозділ – *дикі* створіння із глибоко посадженими виблискуючими очима /…/. *Набундючені* козаки кілька разів проманеврували вздовж Ратушної вулиці» [10, с. 147]. Марія Матіос чітко розмежовує термінологію на означення поняття «*козак*», коли йдеться про ворогуючі стани. Пояснення різниці, як правило, вкладаються в уста персонажів: «*Російське військо* – то не козаки. Ваші *чорні сотні* козаків таке витворяють на нашій землі, що ще довго треба буде тото розгрібати» [10, с.295].

Негатив до ворога також виказують репліки російською мовою, подані авторкою за фонетичним принципом: «– Наши вайска надьожно іспрaвілі ґраніци імперії на западє, і, павтаряю: город Чєрновци с сєводняшнєва дня навсєгда обявляєтса расійскім городом!» [10, с. 148].

Проза Марії Матіос густо насичена мілітарною лексикою, яка в межах окремих речень, а відтак абзаців і цілих сторінок, часто домінує над іншими лексичними шарами. Наприклад: «У Колінківцях, коли *легіонери прорвали російські укріплення* і *укріпилися* на *ворожих позиціях*, уся могутність *московської зброї* падала їм на голови упродовж трьох діб. Бували дні, коли за годину *битви* сто п'ятдесят *снарядів* підкидали і без того *посічену* землю разом із *розірваними тілами легіонерів*. І тільки на четверту добу *на підмогу* надійшли *регулярні армійські частини*» [10, с. 223].

Якщо аналізувати військову лексику за дефінітивно-номінативними функціями, впадає в око, що у прозових текстах Марії Матіос найчастіше зустрічаються: 1) назви військових звань («Пораненим був *капітан* Стефан Василько. Кілька шрапнелей застрягло *командирові* у лівому стегні, а три кулі – в кістках ноги» [10, с. 225]; 2) назви військових угрупувань і їх родів («Першими маршерувало дванадцять сотень *черкесів* із великим духовим оркестром. Далі рухалася *піхота*, за нею *кавалерія*, *драгуни* і *артилерія*» [10, с. 147]; 3) назви зброї, військового спорядження («Кімнатою ходив старший офіцер, перекидаючи з руки в руку *револьвер*» [12, с. 144]; 4) лексика на позначення воєнних дій та їх наслідків (Спершу *вдарили* по Стефульці – *зв'язали німецький гарнізон* і не дали покликати *на підмогу* з Лустуна. А дві *чоти сотні вдарили* по самому Лустуну, перед тим *перетявши телефонну лінію зв'язку з гарнізоном* у Шибеному. *Трофеї здобули* великі. 35 коней вантажу. *Набої. Кріси. Міномет. Міни. Наметы*» [10, с. 880]); 5) назви військового одягу («Офіцер у *галіфе* і собі сів на ковбик у трьох кроках і, посміхаючись, мовчки витягнув щось із кишені *гімнастерки*» [12, с. 155]); 6) назви воєнних об'єктів, ліній оборони, фортифікаційних споруд («Тепер і в гуцулів – три *ряди оборони* на п'ятикілометровій відстані один від одного, добре вириті *окопи* із захисними дашками від шрапнелей, над *бліндажами* – захисні ковпаки з дерева, повсюдно – вовчі ями, між рядами *траншей* – пропущено електричний струм і підвішено бомби» [10, с. 289]; 7) назви військових відзнак і нагород («Вручаю вам, гер доктор Фріц Шелльгорн, державну відзнаку, другу за значенням у Румунії – *хрест 1 класу ордена зірки Румунії*» [10, с. 551]. Варто зауважити, що досить часто у лаконічному тексті можна спостерегти цілий набір різноманітних військових найменувань, як, до прикладу: «Так що готуйте, *майор, кітель під зірочку*» [10, с. 886]. Територіально забарвлені військові терміни, як правило, вводяться у текст з поясненнями і використанням посилань: «ловачі» – ті, що рекрутували чоловіків до війська» [10, с. 290], «канони» – гармати» [10, с. 620], «вивідач і вістун» – розвідник і зв'язковий» [10, с. 666], «стрибки» (*простонар.*) – від «яструбки» члени «истребительных» загонів, які складалися з місцевого населення» [10, с. 669].

Як елементи образної системи мови, назви військових понять, об'єктів, явищ входять у структуру художніх образів. Термінологічні одиниці військової справи наявні у складі: 1) епітетів («Я уповаю на австрійсько-угорську хоробру збройну силу» [10, с. 142], «Так що великі надії на відважних гуцулів, які не пустять москаля в гори і далі» [10, с. 177]); 2) порівнянь («Одна тільки тверда Кирлибаба не дається, ніби і справді яка неприступна фортеця» [10, с. 290], «Тонкі, мов леза шабель, блискавки навхрест шматували безхмарне вранішнє небо» [10, с. 581]); 3) алегорій

(«Мене по довгих літах миру змушують вхопитися за меч» [10, с. 141]); 4) гіпербол («Люди, які спромоглися на Гуцульський батальйон, закрили своїми плечима гори» [10, с. 294], «Його рана така глибока, що навіть коли б усі кулі ворога зараз поцілити в серце, вони не убили і не заглушили би безвихідь тої хвилини» [10, с. 179]); 5) метафор («Він мусить із кимось поділитися своїм надривом негайно, вже, інакше неспокійне серце проткне його одяг списом» [10, с. 138], «Рої смертельних шрапнелей і сліпих куль свистіли довкола так, що кожному хотілося запастися в землю аж до кінця світу» [10, с. 224]); 6) метонімій («Сам Бог завів москаля під Соколій, аби там йому зробити амбінди» [10, с. 182]; «Не доводилося дивуватися, що з кожним місяцем і днем між зосталою партизанкою більшало зради» [10, с. 685]); 7) синекдох («І на всевишнього уповаю. Я уповаю, що він пошле моїй зброї перемогу» [10, с. 142]; «Аж раптом, наче з-під землі, з-поза стіни вигулькнули сині кашкети з червоними зірками» [10, с. 685]); 8) перифраз («Як узимі не вивмирали, то тепер точно ні, – засміявся чоловік з лісу» [12, с. 166]). Здатність військової лексики до втрати термінологічного характеру у художньому мовленні тягне за собою значне розширення лексичних можливостей сучасної української мови.

Висновки. Аналіз прозових творів Марії Матіос засвідчує широке вживання письменницею військової лексики. Увесь спектр авторських зацікавлень воєнними подіями, а відтак воєнною лексикою можна систематизувати за допомогою трьох базових понять – «війна», «воїн», «ворог». Навколо них та їх похідних будується уся концептосфера аналізованої прози. Мілітарні терміни і номени, талановито використані письменницею, з одного боку, сповна виконують свою дефінітивно-номінативну функцію, а з другого – здійснюють уплив на образну систему твору. У перспективі дослідження – виокремлення в мові персонажів прози Марії Матіос різновидів мовлення, які зумовлені національною та соціальною диференціацією причетних до військової справи людей.

Список літератури:

1. Бибик С.П. Лінгвософія війни та людини в художніх творах Б. Гуменюка. *Українська мова.* 2021. № 2 (78). С. 3–17.
2. Вронська Т. Історична довідка про становлення і розвиток військового етикету у збройних формуваннях України. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Vronska_Tamara/Istorychna_dovidka_pro_stanovlennia_i_rozvytok_viiskovoho_etyketu_u_zbroinykh_formuvanniakh_Ukrainy.pdf? (дата звернення: 12.10.2023).
3. Дубинець З.О. Військова лексика в романі Р. Іваничука «Мальви». *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.* Серія «Філологія». Харків, 2015. № 73. С. 71–74.
4. Жалай В.Я., Линник Т.Г., Миронюк Т.М., Пархоменко А.Ф., Рахманова І.І., Рубашова Н.М. Новітні тенденції функціонування української військової терміносистеми. Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. 2018. С. 5–43.
5. Задорожний В. Назви українських військових звань: традиції та інновації. *Дивослово*. 2004. № 8. С. 18–22.
6. Колоїз Ж.В. Слова минулої епохи в сучасному історичному романі Василя Шкляра «Залишенець. Чорний Ворон». *Філологічні студії Криворізького державного педагогічного університету.* Кривий Ріг. 2012. № 7. Ч. 2. С. 172–197.
7. Колоїз Ж.В. Філософський діапазон афоризмів у психологічній розвідці Марії Матіос «Щоденник страченої». Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. 2015. Вип. 12. С. 150–161.
8. Кучерук В. Історія військових звань і одностроїв українського війська. *Народна армія.* 1999. 24 лип. С. 4–5.
9. Литовченко І. Динамічні процеси у військовій лексиці української мови (назви зброї, амуніції, споруд) : монографія. Кривий Ріг : вид. Р.А. Козлов, 2016. 206 с.
10. Матіос М. Матіос М. Букова земля. Роман-панорама завдовжки у 225 років. Київ : А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА. 2019. 928 с.
11. Матіос М. Нація. Львів : «Піраміда», 2007. 256 с.
12. Матіос М. Солодка Даруся. Львів : «Піраміда», 2005. 176 с.
13. Мурашко Л. Українська військова лексика в її історичному розвитку(військові звання та посади). Автореф. . дис. … канд. філол. наук. Київ. 1997. 21 с.
14. Панасюк К. Військова термінологія в романі Юрія Щербака «Зброя судного дня». *Вісник нац. ун-ту «Львівська політехніка».* Серія «Проблеми української термінології». 2018. № 890. С. 66–69.
15. Підкуймуха Л. Заокеанські тексти письменників літературного угруповання «Дванадцятка» : тематичне розмаїття й особливості мови. *Соціальне у мові та мова в соціумі* : колективна монографія / О. Доценко, М. Жуйкова, Н. Кісс та ін.; наук. ред. та упоряд. Н. Ясакова. Київ : НаУКМА, 2023. С. 462–503.

16. Словник основних термінів з питань бойової і мобілізаційної готовності у Збройних Силах України / За ред. В.М. Телелима. Київ : НУОУ, 2012. 56 с.

17. Словник ракетних і артилерійських термінів. Суми : ВІАрт, 2001. 263 с.

18. Туровська Л.В. Військові звання та посади в Україні. Історико-генетичний аспект вивчення української військової термінології. Київ-Ірпінь : Перун, 2005. 158 с.

19. Удовіченко Л.Г. Українська військова лексика: діахронія мовознавчих студій. *Лінгвістичні дослідження*. Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. 2020. Вип. 52. С. 81–90.

20. Царьова І.В. Російсько-українська війна (2014–2022): слова, які набули нових значень. URL: http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6318/13353-1?inline=1 (дата звернення: 05.10.2023).

21. Цуркан М. Загальномовна та індивідуально-авторська фразеологія у прозі Марії Матіос. *Українська мова*. 2014. № 4. С. 90–101.

22. Шабат-Савка С.Т. Синтаксичні маркери емотивності в художньому дискурсі (контекст «Щоденника страченої» Марії Матіос). *Закарпатські філологічні студії.* 2021. Вип. 18. С. 85–90.

23. Яремко Я.П. Формування української військової термінології : автореф. дис. … канд. філол. наук. Дрогобич, 1997. 16 с.

24. Яценко Н.О. Військова лексика в історичних романах Ліни Костенко. *Дивослово*. 2000. № 3. С. 30–32.

Nasminchuk I. A. THE MILITARY VOCABULARY AS A COMPONENT MARIA MATIOS'S LANGUAGE CREATION

The article analyzes the peculiarities of the use of military vocabulary in the artistic practice by Maria Matios. The material for consideration is the collection of short stories «Nation», the novel «Sweet Darusya», the panoramic novel «Bukova zemlia», that is, works dedicated to the events of the First and the Second World Wars, the history of the Ukrainian insurgent army, and modern military contests in the East of Ukraine. Based on the definition of features of the formation of Ukrainian military vocabulary proposed by I. Lytovchenko, the author singles out common and regional military vocabulary in the analyzed works, characterizes it in semantic and functional aspects. The analysis of the military vocabulary in the works by Maria Matios provides an opportunity to learn about the linguistic picture of the Bukovinian world, which is noticeably militarized. It was found that among special names, the triad «war-warrior-enemy» is dominant, which is consistently strengthened by the corresponding lexical environment. The seven most numerous groups of lexical units for the designation of military events, phenomena, and concepts have been identified: 1) names of military ranks, 2) names of military groups and their families, 3) names of weapons, military equipment, 4) vocabulary for the designation of military actions and their consequences, 5) names of military clothing, 6) names of military facilities, defense lines, fortifications, 7) names of military decorations and awards. These groups do not exist in isolation, they are interconnected. Active use by the writer of not only commonly used military vocabulary, but also the military lexicon of the formation of the Ukrainian Insurgent Army was observed, which causes doublet synonymization in descriptions of the appearance of soldiers, names of combat units, in the transfer of etiquette formulas of address. The performed analysis gives reasons to claim that the talent by Maria Matios manifested itself both in the possession of purely artistic means and in-depth knowledge in the field of special vocabulary. The military terms and nomen, skillfully used by the writer, on the one hand, fully fulfill their defining and nominative function, and on the other hand, they influence the figurative system of the work.

Key words: *military vocabulary, terminology, language space, Maria Matios, nominative function.*

УДК 811.161.2’42:32
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/04

Пахненко І. І.
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Тєлєтова С. Г.
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ ЕРГОНІМІЇ МІСТА СУМИ

У статті розглядається специфіка функціонування ергонімів в урбанонімічному просторі сучасного міста, аналізуються їх структурно-семантичні й граматичні особливості, способи утворення, визначається прагматичне навантаження пропріальної лексики цього типу. Констатується, що ергоніми є не тільки унікальним показником функціональних можливостей мовної системи, а й знаками міської лінгвокультури, які віддзеркалюють соціальні, культурні, етичні, смакові уподобання номінаторів.

Матеріалом дослідження послужили ергоніми міста Суми, різні за структурою, лексико-граматичним наповненням, стилістичним забарвленням, прагматичним навантаженням. Аналіз сумського урбанонімічного простору показав, що структурна палітра ергонімів є достатньо строкатою. Вона презентована як одночленними номенами (простими та складними), так і багаточленними. Найуживанішими серед багаточленних найменувань є двочленні номени-словосполучення, які будуються за підрядними та сурядними моделями.

Зазначається, що ергоніми можуть містити сегменти-маркери, які вказують на належність номінанта до сумського регіону. Це може бути як сама назва міста, так і прикметникові деривати, похідні від неї. «Прив’язка» ергонімів до міста може також здійснюватися через «мікротопонімічні» маркери, що пов’язані з місцем знаходження закладу; антропоніми, які називають відомих сумчан, лексеми, що означають символи міста.

З’ясовано, що в ергонімічному просторі м. Суми активно використовуються прецедентні імена: назви художніх творів, кінофільмів, мультфільмів; імена літературних героїв, міфологічних та фольклорних персонажів, історичних осіб; слова, що називають національні символи тощо. Особлива увага приділяється аналізу прийомів, пов’язаних із використанням іншомовних референтів, різних елементів мовної гри, стилістично забарвленої лексики.

На завершення зроблено висновок про те, що ергонімія міста являє собою організовану певним чином систему, особливості якої визначаються регіональними характеристиками його лінгвокультури.

Ключові слова: *ономастика, ономастикон, власні імена (оніми), пропріативи, урбанонімічний простір, ергонім, ергонімія, ергоурбонім.*

Постановка проблеми. Одним із пріоритетних векторів сучасних лінгвістичних досліджень є вивчення власних назв різноманітних об’єктів дійсності. «У пропріальній лексиці з найдавніших часів був і залишатиметься важливим на далеку перспективу напрям описової лінгвістики, пов’язаний з фіксацією, систематизацією, інтерпретацією будови, значення, функцій і т. ін. онімів» [2, с. 126].

Усе частіше у фокус уваги мовознавців потрапляє урбанонімічний простір, який являє собою «сукупність усіх назв, що входять до складу міста» [5, с. 74]. Значним сегментом урбанонімічного простору є ергоніми – найменування ділових об’єднань людей (організацій, фірм, підприємств, закладів, установ тощо). Ретельний аналіз цієї групи пропріальної лексики є важливим завданням сучасного мовознавства, адже ергоніми є унікальним показником функціональних можливостей мовної системи, індикатором мовної ситуації в суспільстві. Дослідження ергонімії того чи іншого міста дозволяє здійснити його лінгвістичний опис, виявити регіональні особливості номінації. Ергоурбоніми не просто відображають реальний міський простір, а є й знаками міської лінгвокультури, які віддзеркалюють соціальні, культурні, етичні, смакові уподобання номінаторів. Як і інші оніми, вони виконують функцію зберігання національно-культурної інформації, «допомагають «прочитати» інформаційну панораму, що існує у світовій і національній культурі» [3, с. 63].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення ергонімів як окремої онімної системи розпочалося ще в 60–70-х роках XX ст. Проте особливо широкого розвитку воно набуло наприкінці XX – початку XXI ст., коли внаслідок економічних змін створюється велика кількість комерційних підприємств, фірм, установ, що спричинило справжній бум у дослідженнях цього семантичного поля національного ономастикону.

Питаннями української ергонімії займалися такі дослідники, як І. Астаф'єва, С. Вербич, Ю. Дідур, І. Ільченко, Н. Кутуза, Н. Лєсовець, С. Шестакова та ін. Семантико-структурні особливості ергонімічних одиниць окреслені в роботах А. Беспалової, О. Гурко, Г. Зимовець та ін. Ергонімікон окремих міст вивчали О. Белей, Ю. Горожанов, М. Романюк, О. Селіванова, А. Титаренко та ін. Однак, попри активний дослідницький інтерес до різних аспектів зазначеної наукової проблеми, вона, як і раніше, залишається актуальною й потребує ґрунтовного розгляду. У першу чергу це стосується регіональної ергонімії, адже її вивчення дозволяє виявити лінгвокультурну специфіку того чи іншого регіону, мовну ситуацію, яка в ньому склалася.

Мета дослідження полягає в комплексному аналізі ергонімікону міста Суми, визначенні структурно-семантичних та граматичних особливостей місцевих ергоурбонімів, способів їх утворення, виявленні мотивації іменування міських об'єктів.

Виклад основного матеріалу. Ономастика не має усталеного термінологічного апарату для позначення різноманітних ділових об'єднань. Ця група власних імен отримала в науковій літературі різні термінологічні назви або описові визначення: *ергонім*, *ергоурбонім*, *фірмонім*, *рекламне ім'я*, *назва комерційного підприємства* тощо. Традиційним і узагальненим термінологічним позначенням таких об'єктів виступає лексема *ергонім*. Вона є загальновизнаною й тому використовується частіше за інших. Останнім часом достатньо часто зустрічається й термін *ергоурбонім*, фіксуючий комплексний характер об'єкта номінації, що являє собою, з одного боку, комерційне підприємство (для такої назви зазвичай використовують термін *ергонім*), а з іншого – внутрішньоміський об'єкт (для якого застосовуються термінологічні одиниці *урбонім* або *урбанонім*). Для найменування фірми, магазину, кафе, ресторану, салону тощо послуговуються також терміном *торгоурбонім*. Науковці пропонують для позначення таких явищ використовувати й вужчий термін – *фірмонім*, який чітко вказує на належність цих назв до бізнес-сфери [1; 5]. Для цілей нашого дослідження релевантним є більш широкий термін *ергонім*, денотатом якого виступає будь-який топонімічний об'єкт (магазин, завод, аптека, кав'ярня, готель тощо) або юридична особа (товариство, кооператив, спілка, фонд та ін.).

Аналіз фактичного матеріалу засвідчує, що ергонімікон м. Суми являє собою різноманітний (за структурним принципом, лексико-граматичним наповненням, прагматичним навантаженням, емоційно-стилістичним забарвленням, прийомами використання) лінгвістичний феномен.

Структурна палітра ергонімів презентована одночленними та багаточленними номенами. Серед одночленних зафіксовані прості та складні. Прості номени представлені іменниками («*М'ясорубка*», «*Кошик*»), займенниками (супермаркет «*Наш*», продуктовий магазин «*Сам*»). Складні назви – це, як правило, іменники (магазин побутової техніки «*Профтел*», будівельні магазини «*ДоброБуд*», «*Арсенал-Центр*»).

Багаточленні найменування можуть бути: ергонімами-словосполученнями: двочленними («*Теплий дім*»), тричленними («*Майстерня домашніх напівфабрикатів*»); ергонімами-реченнями (кафе «*Собака з'їв качку*», кав'ярня «*Не спи*», турагентство «*Поїхали з нами!*»).

Серед багаточленних назв кількісну перевагу мають двочленні номени-словосполучення, які будуються за підрядними та сурядними моделями. У колі підрядних моделей часто фіксуються безприйменникові: прикметник + іменник («*Продуктова хата*», «*М'ясна лавка*»); іменник + іменник («*Світ краси*», «*Імперія меблів*»); власне кількісний числівник + іменник (*«Чотири лапи»*); порядковий числівник (зокрема, і субстантивований) + іменник («*Перший м'ясний*»); займенник + іменник («*Ваше взуття*», «*Мій дім*»). Наявні й прийменникові моделі: займенник + іменник з прийменником («*Все для дому*», «*Все для покрівлі*»).

Сурядні моделі, що є менш вживаними, можуть оформлюватись як традиційно («*Одяг та взуття*», «*Скло та дзеркало*»), так і характеризуватися специфічним оформленням, наприклад з використанням у функції єднального компонента амперсанда («*Стіл & стілець*»).

Зафіксована формально не закінчена конструкція-ергонім, яка складається з іменника й прийменника, – «*Думки про*» (у назві відбита кулінарна концепція гастрономічного клубу, що пропонує свої бачення нової української кухні та поєднує їх у своєму меню із європейськими стравами).

До складу аналізованих ергонімів часто входять сегменти-маркери, що вказують на територіальну належність номінанта до сумського регіону. Це може бути іменник-назва міста («*Меблі Суми*», *«Суми-Байк»*, «*СумиГазда*», пивоварня «*Sumy Craft Brewery*») або похідні прикметникові деривати («*Сумська Девелоперська Компанія*», «*Сумська паляниця*», «*Сумська випічка*»). У двох останніх номенах зазначені маркери виконують і додаткову функцію – «натяк» на якість продукції, чим у минулі часи славилася хлібопекарська промисловість міста. Відтопонімічний компонент *сумський* реалізує значення «місцевий, знайомий», а отже, «хороший, якісний».

У структурі «сумських ергонімів» зафіксовані й «мікротопонімічні» маркери, що пов'язані з місцем знаходження певного закладу: готельний комплекс «*Воскресенський*» (знаходиться неподалік вулиці Воскресенської, поруч із Воскресенським собором – найстарішою спорудою Сум), кондитерська «*Театральна*» (розташована на однойменній площі), магазин будматеріалів «*Тополя*» (адреса магазину – вулиця Тополянська (сумчани, як правило, використовують у побутовому спілкуванні неофіційну назву вулиці – Тополя)); база відпочинку *«Старі Гусинці»* (назва пов'язана зі зниклою вулицею Гусинці, жителі якої масово тримали у своєму господарстві гусей, звідки й назва); корчма *«Дев'яточка»* (розташована в дев'ятому мікрорайоні міста); фітнес-центр *«Козацький вал»* (одна з найстаріших вулиць міста, що отримала свою назву від фортечного валу, насипаного козаками під час спорудження Сумської фортеці).

Назви з місцевими мікротопонімами часто будуються за однаковими моделями: прийменник *на* + урбанонім у формі місцевого відмінка (паб «*На Псельській*», мініготель *«На Привольному»*, турагенція *«На Набережній»*), загальна назва установи + прийменник *на* + (родове поняття) урбанонім («*Перукарня на Іоанна Павла II*», «*Перукарня на проспекті Лушпи*»). Назва вулиці може виконувати функцію означення до родового поняття в складі ергоніма (сауна «*Zasumska Laznya*» (знаходиться на вулиці «Засумській»).

Отже, наведені назви міських об'єктів мотивуються різноманітними урбанонімами (годонімами, агоронімами, внутрішньоміськими хоронімами).

«Сумська ідентифікація» може здійснюватися й опосередковано – через антропоніми, що входять до ергонімічних назв (фірмовий магазин «*Petro Soroka*» (Петро Сорока – сумчанин, власник однойменного бренду), магазин будівельних матеріалів «*Компанія Федорченко*» (Віктор Федорченко – засновник компанії), через лексичний склад назви (ресторан домашньої кухні «*Рідне місто*»; компанія-виробник молока в місті Суми «*Молоко Вітчизни*»).

«Експліцитному ототожненню» з містом сприяють ергоніми, до складу яких входять лексеми, що означають символи Сум: кафе «*Альтанка*» (альтанка – символ міста, споруджений у 1900–1905 роках за проєктом мешканця Сум Матвія Щавельова), ресторан «*Сумка*» (є візитівкою міста, знаходиться неподалік від річки Сумки, від якої, за однією з версій, Суми успадкували своє ім'я. Назву ресторану пов'язують також із популярною міською легендою про три мисливські сумки із золотими монетами, що були знайдені козаками на березі річки, де згодом і виникло місто).

У більшості ергонімів спостерігається чітка, легко зрозуміла мотивація. Так, наприклад, для називання перукарень, салонів краси активно використовуються жіночі імена (іноді – імена й прізвища). Це імена власниць або осіб, що знаходяться в родинних зв'язках із власниками закладів (салони краси й перукарні «*Людмила*», «*Валерія*», «*Злата*», «*Tatiana Martyniuk*»); відомих жінок історії та сучасності, що відрізнялися своєю красою, шармом, доглянутістю («*Клеопатра*», «*Beatriche*», «*Жаклін*», «*Леді Ді*»); богинь краси та любові («*Афродіта*»); жіночих літературних персонажів, характерною рисою яких є зовнішня краса, на чому неодноразово наголошували автори відповідних творів («*Скарлетт*» (Скарлетт – героїня роману «Звіяні вітром» американської письменниці М. Мітчел). Вибір даної назви зроблено, можливо, з урахуванням і додаткового мотивуючого фактору – прекрасної зовнішності актриси Вів'єн Лі, яка зіграла роль головної героїні в однойменній мелодрамі). Двочленна антропонімічна модель (ім'я + прізвище), яка входить до найменувань перукарень, салонів краси, безпосередньо вказує на власниць закладів («*Студія зачісок Алли Харченко*).

Активно застосовуються «жіночі» антропоніми й в назвах магазинів одягу та взуття для жінок («*Ксенія*», «*Любава*», «*Валентина*», «*Аліка*»). Подібні назви відбивають «жіночу» спеціалізацію цих торговельних закладів.

Зафіксовано інтенсивне використання в ергонімічних назвах числівників, які можуть функціонувати в номені самостійно (аптеки «*36,6*», *«911»*), у словосполученні з підрядним зв'язком керуванням (зоомагазин *«9 життів»*, автома-

газин «*4 колеса*»), як прикладки («*Оптика 1.0*», навчальний центр *«Студія 18»*, кав'ярня *«Корнер 59/4»* (від англ. *corner* – «кут», цифри позначають номер кутового дома)). Конструкції з числівниками здатні виконувати подвійну функцію – називання та інформування («*Аптека 24*» – числівник «інформує» відвідувачів про цілодобову роботу аптеки, «*Молочний № 1*» – числівникова структура «вказує» на якість продукції). З метою привернення уваги до ергоніма (і як наслідок – до закладу) числівники використовуються як ефективний засіб для моделювання мовної гри, на основі якої будується номен («*Про100страхування*», «*Pro100кава*», *«Про100 спорт»*).

Ергоніми можуть створюватися на базі прецедентних феноменів, які легко та швидко «упізнаються й прочитуються» реципієнтом за умови наявності в нього необхідних знань. Реєстр цих феноменів склали:

– художні твори (дитячий магазин «*Острів скарбів*» («Острів скарбів» – пригодницький роман шотландського письменника Р. Л. Стівенсона, класика дитячої літератури));

– кінофільми, мультфільми (салон краси *«Pretty Women»* («Pretty Women» – американська комедійна мелодрама, відома у нас під назвою «Красуня»); магазин товарів для дітей *«Мадагаскар»* (назва серії американських анімаційних фільмів));

– літературні персонажі (магазин дитячого одягу та іграшок «*Вінні-Пундія*» (трансформоване ім'я персонажу творів А. А. Мілна), салон краси «*Попелюшка*» (ім'я героїні казки Ш. Перро), центр відпочинку «*Робінзон*» (ім'я героя роману Д. Дефо «Робінзон Крузо»));

– міфологічні та фольклорні персонажі (салон дитячого одягу «*Гномик*» (назва карликових підземних жителів із міфології народів Європи); заклад швидкого харчування *«Ali Baba»* (фольклорний персонаж Алі-Баба – головний герой арабської казки); фітнес-клуб «*Аполлон*» (Аполлон – у давньогрецькій міфології один із головних богів олімпійського пантеону));

– організації, компанії (косметологічний центр «*Ла Страда*» (назва відомої міжнародної організації, одним із напрямів діяльності якої є сприяння дотримання прав жінок та гендерної рівності); «*Marvel Sumy*» – магазин атрибутики кіновсесвіту Marvel («Marvel Studios» – кіностудія, що займається створенням супергеройських фільмів на основі коміксів));

– історичні особи (магазин одягу для жінок «*Нефертіті*» (Нефертіті – одна з найвідоміших єгиптянок); галерея подарунків та сувенірів *«Арчимбольдо»* (Джузеппе Арчімбольдо – відомий італійський художник));

– національні українські символи (кафе *«Червона калина»* (калина, за народними уявленнями, здавна символізувала дівочу вроду, чистоту, любов і повагу до рідної землі, батьківської хати; косметологічна клініка *«Verba Beaty»* (верба – жіночий символ, який уособлює таємничу силу жінки, плодючість і материнство));

– зодіакальні сузір'я (магазин будівельних матеріалів та сантехніки «*Водолій*», автотранспортне підприємство *«Лев»*);

– стійкі вирази (фітнес-студія «*90–60–90*»).

З метою створення ефекту різноманіття, глобальності, всеосяжності використовуються в назвах торговельних організацій лексичні одиниці в метафоричному значенні з відповідними семами – *світ*, *планета*, *ярмарок*, *імперія*, *бум*. Ці ергоніми, як правило, будуються за такими підрядними моделями: іменник + іменник у родовому відмінку («*Світ скла*», «*Світ ковбас*», «*Світ рибалки*», «*Вина світу*», «*Ярмарок килимів*»), прикметник + іменник («*Зелений світ*», «*Весільний бум*»). До цієї групи номенів примикають і назви з лексемами *двір*, *подвір'я*, *садиба* тощо («*М'ясний двір*», «*Рибальське подвір'я*»). Хоча вони здатні актуалізувати іншу сему – «якість продукції». Стосовно даного сегмента проаналізованих референтів можна говорити про наявність певних структурно-семантичних типів ергонімів. Метафоричні одиниці на кшталт *царство*, *королівство* в назвах торговельних організацій підкреслюють високу якість товарів, послуг, що реалізуються магазином чи компанією (магазин постільної білизни «*Сонне царство*», магазин сирної продукції «*Сирне королівство*»).

В ергонімічних назвах зафіксована низка різноманітних прийомів, пов'язаних із використанням іншомовних референтів, а саме: переклад іноземною мовою (переважно англійською) усіх компонентів (слів, графем) ергоніма (магазини з продажу рибальського спорядження «*Big Fish*», «*Carp Time*», салон краси *«Mon Ami»*, магазин одягу «*We Women*», готель *«Merry Bee»*); поєднання в номені українського й англійського слова (магазин верхнього одягу «*Трембель & Coat*»); повна транслітерація ергонімічної назви (магазини «*Molochna Saduba*», «*Sunduchok*»); часткова транслітерація («*Гардероб* ***Голд***», «*Контра**banda***»); транслітерація одного слова або частини лексеми та переклад англійською іншої структурної одиниці (рибальський магазин «***Sudak****off*», магазин із продажу шин для авто «*Good**shina***»). Ергоніми з іншо-

мовними елементами, окрім базової функції привернення уваги, можуть виконувати й додаткові. Наприклад, значну кількість подібних назв магазинів рибальського спорядження можна пояснити бажанням підкреслити інтернаціональний характер такого виду дозвілля, як рибальство.

Часто в назвах магазинів фіксуються елементи мовної гри, «яка є одним із найефективніших засобів привернення уваги до них, надання їм несподіваного звучання» [4, с. 68]:

– співзвучність слів: «*FISHka*» (співзвуччя слів англійського та української мов – підкреслюється унікальність рибальського спорядження, яке продається в магазині; «*М'ясьєМ*» (співзвучність номена з французькою лексемою *monsieur* – акцентується увага на якості продукції); магазин кави й чаю «*COFFEETEA*» (поєднання двох перекладених англійською мовою лексем в одну «спричинило» співзвуччя зі словом *конфеті* (іт. *confetti* – «виріб із цукру»), яке означає невід'ємний атрибут свят, – натяк на різноманітність, смак і якість продукції);

– римування слів: «*Класний ковбасний*», «*Trofey.UA*», *«Лавка ЕКО-трава»*, *«Smaki-maki»*, *«Ворона Макарона, «Ваш Лаваш»*.

Зафіксовано поодинокі випадки використання в ергонімах стилістично забарвленої лексики (розмовних слів, просторіччя, зменшувально-пестливих словоформ тощо): «*Халява*» (назва крамниці дешевого одягу на вагу), *«Цаца»* (салон краси), *«Айфоша»* (магазин техніки Apple), «*СервелатіК*».

Отже, можна констатувати, що ергонімічні назви м. Суми мають чітку мотивацію. Одночасно з цим аналіз номенів засвідчив існування ергонімів, вибір і мотивацію яких важко пояснити, наприклад: магазини «*Едельвейс*» (будівельні матеріали), «*Перлина*» (шкіргалантерея й домашній текстиль), «*МегаМакс*» (меблі), «*Бомонд*» (фірма з ремонту комп'ютерної техніки).

Висновки. Проведене дослідження дозволяє говорити про ергонімію міста як про організовану певним чином систему, особливості якої визначаються регіональними характеристиками місцевої лінгвокультури. Аналіз ергонімікону м. Суми засвідчує багатство лексико-граматичного наповнення ергонімів, що функціонують в урбанонімічному просторі міста, розмаїття структурних моделей, за якими вони побудовані. Зробити назву ефектною, яскравою, а отже, привабливою для адресата допомагають численні прийоми (включення маркерів, які вказують на приналежність номінанта до даного регіону, введення іншомовних референтів, прецедентних імен, елементів мовної гри тощо).

Список літератури:

1. Белей О. О. Сучасна українська ергонімія (на матеріалі власних назв підприємств Закарпатської області) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10. 02. 01 «українська мова». Львів, 2000. 17 с.

2. Лучик В. В. Актуальні напрями української ономастики. *Записки з ономастики* : зб. наук. праць / відп. ред. Ю. О. Карпенко. Одеса, 2011. Вип. 14. С. 126–130.

3. Пахненко І. І., Тєлєтова С. Г. Особливості функціонування онімів в анекдотах. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації* : збірник наукових праць. Київ : ТНУ, 2023. Том 34 (73). № 1. С. 63–68.

4. Тєлєтов О. С., Тєлєтова С. Г. Використання ігрових мовних прийомів в іменах брендів та товарних марок. *Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України* : тези доп. XV Міжнар. наук.-практ. конф. (Хмельницький, 26–28 лист. 2020 р.). Хмельницький : ХНУ, 2020. С. 150–153.

5. Титаренко А. А. Структурно-семантичні особливості фірмонімів Кривого рогу. *Філологічні студії*. 2012. Вип. 7. Ч. 2. С. 72–82.

Pakhnenko I. I., Teletova S. G. FEATURES OF THE ERGONOMICS OF THE CITY OF SUMY

The article examines the specifics of the functioning of ergonims in the urbanonymic space of a modern city, analyzes their structural-semantic and grammatical features, methods of formation, and determines the pragmatic load of the proper vocabulary of this type. It is noted that ergonymes are not only a unique indicator of the functional capabilities of the language system, but also signs of urban linguistic culture that reflect the social, cultural, ethical, and taste preferences of the nominators.

The material of the study was the ergonims of the city of Sumy, different in structure, lexical and grammatical content, emotional and stylistic coloring, and pragmatic load. The analysis of the Sumy urbanonymic space showed that the structural palette of ergonyms is quite varied. It is presented as mononomial nouns (simple and complex) and polynomial. The most common among polynomial nouns are two-part nouns-phrases, which are built according to subjunctive and consecutive models.

It is noted that ergonomics can contain marker segments that indicate the territorial affiliation of a particular organization, shop, or firm to the Sumy region. It can be both the name of the city itself and adjectival derivatives

derived from it. "Tethering" of ergonims to the city can also be done through microtoponymic markers related to the location of a certain institution, anthroponyms that call famous residents of Sumy, lexemes that mean symbols of the city.

It was found that precedent names are actively used in the ergonomic space of Sumy: names of artistics, films, cartoons; names of literary heroes, mythological and folklore characters, historical figures; words that mean national symbols etc. Special attention is paid to the analysis of techniques related to the use of foreign language referents, elements of the language game, and stylistically colored vocabulary.

It is concluded that the ergonomics of the city is a system organized in a certain way, the features of which are determined by the regional characteristics of its linguistic culture.

Key words: *onomastics, onomasticon, proper names (onyms), propriatives, urbanonymic space, ergonym, ergonimia, ergourbonym.*

УДК 811.161.2+81’367.2: 81’42
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/05

Писарська Н. В.
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Заверющенко М. П.
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Лухіна М. Ю.
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВОГО СТИЛЮ

Сучасний академічний дискурс неможливо уявити без ідентифікації ролі та значення наукового стилю як інструменту передачі й розуміння отриманих знань у різних галузях науки. Науковий стиль мови визначається не лише лексичним багатством та термінологією, але й семантико-синтаксичною організацією тексту. Відповідно, стаття присвячена розгляду семантико-синтаксичних аспектів наукового стилю, їх ролі у передачі наукової інформації та сприянню зрозумілості тексту.

Проаналізовано вплив семантики на організацію тексту у науковому стилі. Зосереджено увагу на тому, яким чином вибір слів та їх семантичне навантаження можуть впливати на чіткість й точність передачі інформації. Особлива роль приділяється уникненню амбівалентності та неоднозначності у наукових текстах, що здатне спричинити непорозуміння або помилкове тлумачення даних. Окремий розділ статті досліджує синтаксичну організацію тексту в науковому стилі. Він розглядає важливість коректної структури речень, пунктуації та логічної побудови абзаців для підвищення зрозумілості й лаконічності дослідження. Виявлено різні типи синтаксичних конструкцій, що допомагають досягти об'єктивності та наукової точності висловлення. Наголошено на застосуванні спеціалізованих термінів і їх ролі у семантико-синтаксичній організації наукового стилю.

У висновках до статті зосереджено увагу на важливості структури наукового тексту як засобу досягнення ясності, точності та наукової обґрунтованості. Розуміння та використання цих аспектів можуть допомогти дослідникам й авторам наукових робіт покращити якість та ефективність спілкування в академічному середовищі. Аналіз теоретичного матеріалу дає змогу дійти висновку про важливість подальших досліджень у галузі семантико-синтаксичної організації наукового стилю, його впливу на якість й результативність наукової комунікації.

Ключові слова: *науковий стиль, термінологія, синтаксична компресія, складнопідрядні і складносурядні речення, абстракція, узагальнення.*

Актуальність теми. Національне мовлення кожної країни, яке перебуває в процесі динамічного розвитку, акумулює в собі такий набір комунікаційних засобів, за допомогою яких найкраще обслуговуються різні стилі обміну інформацією, в тому числі і науковий. В цілому, характеристика останнього зводиться до його розуміння в контексті функціонально-стильової сукупності лінгвістичних засобів, частини та складові якого формують невизначену множину. Разом з цим, стилерівневі елементи не кореспондуються з елементами системи мови. Їх комбінація в межах наукових текстів відбувається з урахуванням певних принципів організації, що направлені на обслуговування потреб освіти, науки, навчання. Робота, створена у даному стилі, транслює науковий меседж, відображаючи цінність, істинність, новизну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Системні ознаки наукового стилю – насиченість термінологією, монологічний характер викладу, завершеність висловлення, сувора відповідальність нормам літературної мови. Та із еволюціонуванням наукового стилю в цілому, видозмінюються його другорядні ознаки, зокрема в частині семантико-синтаксичної організації. Риторика наукової спільноти часто виходить за межі «дозволеного» і «прийнятного», не лише для того, щоб

задовольнити потреби більш ширшої аудиторії, мігрувати і обмінюватися досягненнями із іноземними представниками; власне, вона модифікується через симбіоз присутніх елементів публіцистичного, офіційно-ділового, художнього, розмовного жанрів. На цьому наголошує і низка вітчизняних авторів, серед яких виділяємо дослідження Марченко В. та Шух М., в роботах яких більш глибоко вивчається питання лексико-семантичних особливостей терміносистеми [6]. Українській наукові традиції із філологічної точки зору перебувають в колі аналітичних пошуків Селігей П. О. [8] та Холявко І. В. [11]. Питанням культури наукового мовлення, систематизації правил викладу й структури наукового тексту приділяє значну увагу Лисенко Н. О. [5].

Мета роботи – комплексний опис семантичної і структурної організації речень (їх частин), притаманних науковому стилю сучасного українського мовлення. Для досягнення поставленої мети використовувалися наступні **методи**: описовий (для ідентифікації мовних явищ, окреслення їх специфіки та вивчення особливостей функціонування в межах комунікації), структурний (для систематизації відомостей щодо семантичних, морфологічних, синтаксичних особливостей наукового стилю), метод компонентного аналізу пронизує все дослідження.

Виклад основного матеріалу. З позицій сучасної лінгвістики текст, в цілому, та науковий текст, зокрема, розглядається не лише в розрізі засобу пізнання, але і як інструмент взаємодії, спосіб матеріалізації ціннісно-культурних надбань та передачі їх від людини до людини, від покоління до покоління, як втілення моделі світу та віддзеркалення культури. У зв'язку з тим, що у сучасному світі міжнаціональне наукове спілкування є феноменом, без якого людство не може існувати, науковий текст все частіше стає предметом філологічних досліджень.

Наукові тексти розраховані на логічне, а не на емоційно-чутливе сприйняття, саме тому науковий стиль передбачає мовні засоби, у яких відсутнє емоційне навантаження та експресивне забарвлення [5]. При філологічному аналізі наукового тексту реципієнт зосереджує увагу не на здобутті наукового змісту, а на особливостях мовних виразів, і, відповідно, оволодінні його кращими формами та найбільш досконалими зразками. Для стилістики зазначеного виду тексту принципово важлива та обставина, що змістом наукового тексту є наукове знання як продукт пізнавальної діяльності суб'єкта у відношенні до обраного об'єкта. Для наукового тексту характерні об'єктивність, дистанціювання від загального до конкретного, логічна доказовість й послідовність викладу, точність, діалогічність [3, с. 19]. До особливостей синтаксичного оформлення тексту наукового стилю слід віднести синтаксичну повноту, наявність аналітичних конструкцій, часте вживання певних клішованих структур, переважно іменний характер висловлювання, розгорнуту систему сполучних елементів, зв'язок (слова, словосполучення та речення), що визначають послідовність розвитку думок (*першочергово, слід зауважити, окрім зазначеного, насамперед*), зв'язок попередньої та наступної інформації (*як зазначалося вище, вважають, разом з цим*), причинно-наслідкові зв’язки (*але, тому, проте, отже, у зв'язку з тим, що; внаслідок цього*), перехід до нової темі (*розглянемо тепер, перейдемо до опрацювання, вважаємо за необхідне звернути увагу і на…*), близькість, тотожність предметів, обставин, ознак (*той самий, такий, так, тут, аналогічно, ідентично*) [1, с. 50].

Абстрактна узагальненість, яка є характерною рисою наукового стилю, на синтаксичному рівні виражається у:

– виключенні з контексту суб’єктивного бачення;

– узагальненості позицій шляхом використання безособових речень, двочленних пасивних зворотів, номіналізованих структур;

– номінативному ладі мови.

Саме зазначені складові утворюють особливості наукового стилю, якому притаманно:

– вживання слів у їх певних значення, переважання слів з абстрактним змістовним наповненням (*обсяг, прохідність, опір, конфлікт, словотвір, бібліографія і т.д.*);

– слова з повсякденного побуту набувають у контексті наукового твору термінологічне або узагальнене значення;

– основне смислове навантаження у науковому тексті несуть у собі терміни, проте їх вага не ідентична у різних категоріях наукових досліджень. Терміни вводять в обіг деякі поняття, правильне і логічне визначення яких – необхідна умова професійно написаного тексту (*аглопорит, геном, синусоїд*) [6];

– для творів наукового стилю характерні абревіатури та складноскорочені слова: *вид-во, ДСТУ, к.ю.н., Держагентство*, *НДІ*.

Трансляції підкресленої логічності та послідовності викладу сприяє правильний порядок слів. Точність досягається за рахунок вживання

великої кількості термінів; діалогічність – через використання питально-розповідних конструкцій, прямого цитування, імперативів як способу апеляції до читача [укр мова]. Домінуюча тенденція, характерна для синтаксису наукової мови, скорочення числа складних конструкцій, які у нерозчленованій формі послідовно висловлюють хід авторської думки, розвиток так званої багаторівневої манери передачі комплексних наукових знань. Ступінь інтенсивності цього процесу у науковій сфері відбиває, з одного боку, загальномовні закономірності змін у структурі пропозиції, з іншого сторони, специфічний характер розвитку синтаксису наукового мовлення. На синтаксичному рівні виділяють дві основні лінгвістичні ознаки абстрактного узагальнення викладу: виняток із структури пропозиції особистого суб'єкта дії, тобто діагентивність, та широка уживаність так званих номіналізованих структур – іменний характер викладу.

На морфологічному рівні простежується переважне вживання окремих морфологічних категорій, що є характерною особливістю мови наукових текстів в цілому та одним з факторів, що дозволяють виділити наукове мовлення з-поміж інших різновидів комунікації. Кількісний розподіл морфологічних категорій у науковій мові не збігається із закономірностями їх розподілу в інших функціонально-стильових різновидах мови [2; 12]. До морфологічних особливостей наукового тексту слід зарахувати вживання дієслів у «теперішньому позачасовому» значенні. Використання дієслів за частотою посідає третє місце після іменника і прикметника, збільшення іменників відбувається за рахунок похідних від дієслів, а також прикметників та прислівників. Часто дієслова використовуються лише у одній видовій формі, а окремі з них взагалі не мають парного дієслова доконаного виду. Це пов'язано з тим, що у науковій мові доводиться передавати значення великої тривалості або систематичності дії.

Іменник у науковому тексті також має свої особливості вживання. До них відносять:

– широке використання форми однини у значенні множини;

– наявність великої кількості іменників середнього роду (*антитіла, голосування, кормовиробництво, лимарство, ораторство, престолонаслідування*);

– превалювання абстрактних та неживих іменників;

– найбільш частовживаним є родовий відмінок, за яким слідують орудний і знахідний відмінки. Відмінкова система наукового стилю мовлення характеризується зменшенням багатозначності їх форм [4].

Ще однією тенденцією, характерною для наукової мови є те, що багато іменників, які не мають в загальнолітературній мові форми множини, у науково-технічних текстах їх набувають (*солі, включення*): речові імена, абстрактні іменники на позначення характеристик якості, значення неживих предметів утворюються у більшості випадків як похідні від прикметників (шляхом суфіксації). Трансляція цілісності у науковому тексті стає побічною функцією, внаслідок чого збагачується семантичний потенціал морфологічної категорії, розглядається як прояв тенденції до економії мовних засобів, компресії наукового мовлення. Таким чином, наукова мова характеризується послідовною вибірковістю морфологічних категорій, словоформ та організованих ними поєднань, а також вибірковістю функціональних значень, висловлюваних ними, що в комплексі дає можливість встановити послідовність вивчення граматичного матеріалу під час роботи із науковим текстом.

Розглянемо характерні риси підвидів наукового стилю. Відмінністю наукового від інших видів комунікації є те, що його змістовну частину можна розділити на три складові. По-перше, це адресат наукового стилю (вчений, науковець, спеціаліст). По-друге, мета зводиться до виявлення та опису нових фактів, відкриттів, закономірностей, так як роботи у науково-навчальному стилі, у переважній більшості, адресовані майбутнім спеціалістам, абітурієнтам, учням. По-третє, адресат науково-популярного стилю – будь-який реципієнт, котрий цікавиться тією чи іншою наукою. Цільове призначення такого стилю поетапно розширюється. Задача полягає не лише у тому, щоб сформувати уявлення про науку та її предметне поле, але й зацікавити коло потенційних читачів.

Жанрова палітра наукового стилю багатогранна. Тексти представлені як окремі закінчені роботи, структура яких підпорядкована законам жанру. Слід виокремити наступні жанри наукової прози: монографія, стаття, рецензія, підручник (навчальний посібник), лекція, доповідь, інформаційне повідомлення (в рамках конференції, симпозіуму, конгресу), дисертація, науковий звіт [9, с. 17]. Доцільно наголосити, що вони відносяться до первинних типів, тобто створених автором уперше. Вторинні зразки наукового стилю, тобто тексти, складені на основі вже наявних матеріалів, включають: реферат, автореферат, конспект, тези, анотацію. Підготовка вторинних тек-

стів відбувається шляхом узагальнення інформації з метою скорочення обсягу викладеної думки.

В межах наукового стилю виділяють жанри навчально-наукового підстилю: лекцію, семінарську доповідь, курсову роботу, реферативне повідомлення. Саме тому, науковий стиль, специфіка якого власне і виступає предметом дослідження для лінгвістів, розглядається як поєднання характерних мовних прийомів, що застосовуються переважно у науковій, науково-технічній, науково-популярній сфері, щоб висловити та оформити різноманітні за змістом й призначенням ідеї, гіпотези, досягнення. Науковий текст – це результат дослідження або звіт про дослідну діяльність, що створюється для осіб, які мають відповідну кваліфікацію для його сприйняття та оцінки. Для того, щоб зробити його інформативним у повній мірі, автор повинен використовувати спеціальні засоби та способи подачі матеріалу.

Основні особливості наукового стилю – відповідність нормативним вимогам літературної мови, використання клішованих оборотів та виразів, максимальне застосування всього спектру можливостей «графічної» мови символів та формул, посилань і приміток. Можна говорити, що він служить точності, ясності та лаконічності у виразі думок досліджуваного твору.

Зауважимо на структурі наукової роботи, якій притаманна власне монологічна форма. Текст викладається послідовно, висновки представлені як завершені й повні за змістом фрази. Будь-який текст наукового стилю має свою логіку побудови та закінчену форму, що відповідає законам структурування. Як правило, автор наукового дослідження дотримується наступної схеми: обґрунтування вибору теми та її актуальності; виокремлення предмета (об'єкта) дослідження; постановка мети, рішення у ході досягнення певних завдань; огляд наукових джерел, що якимось чином мають відношення до предмета дослідження, опис теоретичної та методологічної бази для роботи; обґрунтування термінології; теоретична та практична значимість наукового доробку; зміст самої наукової роботи; опис експерименту (за умови, якщо такий проводиться); результати дослідження, обґрунтовані висновки [7, с. 79].

Мовні особливості наукового стилю у плані синтаксису виявляють зв'язок промови зі специфічним мисленням вченого: конструкції, що присутні у текстах, нейтральні та загальновживані. Найбільш типовим є прийом синтаксичної компресії, коли здійснюється стиснення обсягу тексту зі збільшенням його інформативності та смислової наповненості. Відбувається це за рахунок особливостей побудови словосполучень й речень. Синтаксичні особливості наукового стилю:

a) використання словосполучень, побудованих за схемою «іменник + іменник у родовому відмінку»: обмін речовин, ліквідність валюти, прилад для демонтажу і т. д.;

b) дефініції, виражені прикметником, вживаються у значенні терміну: *безумовний рефлекс, твердий знак, історичний екскурс* та ін.;

c) для наукового стилю (визначень, міркувань, висновків) характерна наявність предиката, що виступає іменником, як правило, з упущеним дієсловом-зв'язкою: *Сприйняття – це базовий пізнавальний процес ...*; *Відступи від нормативних реалізацій мови – одна з найяскравіших рис дитячої комунікації*. Інший поширеною «формою присудка» є його поєднання з коротким дієприкметником: *може бути використаний;*

d) прислівники, що виступають обставиною у реченні, застосовуються для характеристики якості чи властивості досліджуваного явища: *значно, цікаво, переконливо, по-новому; всі ці та інші події добре описані в історичній літературі…;*

e) метою запитальних речень є залучення уваги реципієнта до матеріалу, який викладено, шляхом демонстрування припущення, гіпотези;

f) для створення відстороненої, спеціально знеособленої подачі інформації широко застосовуються безособові пропозиції різних типів: *до статусно рівноправних жанрів можна віднести дружнє спілкування (розмова за філіжанкою кави, балаканина та ін.)*. Таким чином, підкреслюється прагнення бути об'єктивним автором дослідження, який виступає від імені узагальненого наукового співтовариства;

g) для того, щоб відобразити причинно-наслідкові закономірності між явищами, у науковій промові використовуються складні речення із сурядним та підрядним зв'язком (фігурують такі слова як: *через те, що; незважаючи на те що; тому; тому що; тим часом як; тоді як*). Широко вживаються складнопідрядні речення з підрядними причини, умови, часу, наслідків.

Науковий стиль базується не лише на нормативних засадах мовлення, а й на законах логіки. Так, для того щоб логічно викласти свої думки, автор дослідження повинен використовувати морфологічні особливості наукового стилю та синтаксичні можливості зв'язку окремих частин речення. Основні із них наступні: зіставлення будь-яких явищ (*як …, так…*); вживання приєднувальних пропозицій, що містять додаткові відомості про

сказане в головній частині; дієприслівникові звороти, котрі також акумулюють додаткову наукову інформацію; вступні слова та словосполучення, вставні конструкції служать для зв'язку між смисловими частинами як усередині одного речення, так і між абзацами; «слова-зв'язки» (наприклад, *таким чином, тому, насамкінець, на закінчення, іншими словами, як бачимо*) застосовуються для встановлення логічного зв'язку між різними частинами тексту; однорідні члени речення необхідні для перерахування подібних дефініцій; часте вживання клішованих структур, логічність та лаконічність синтаксичного ладу.

Незважаючи на розгалужену систему можливостей для наукової творчості, регламентовані норми допомагають науковому тексту «тримати форму». Виклад матеріалу в науково-популярній літературі наближений до нейтрального, загальнолітературного, оскільки читачеві пропонуються лише спеціально відібрані факти, цікаві аспекти; фрагменти історичних реконструкцій. Форма викладу такого роду даних має бути доступною для нефахівців, отже, відбір матеріалу, система доказів та прикладів, специфіка подачі інформації, а також мова й стиль робіт, які належать до науково-популярної літератури, дещо відрізняються від власне наукового тексту.

Висновки. Отже, науковий стиль, особливості засобів відображення якого були розглянуті, – досить стабільна система, що складно піддається змінам. Текст, зроблений у науковому стилі, є стандартизованою системою. Характерні риси наукового стилю – нейтральні тони, об'єктивний підхід та інформативність, структурованість тексту, наявність значної кількості термінології та специфічних мовних засобів, які використовуються в середовищі вчених для адекватного, логічного викладу матеріалу. Поділ наукових текстів на види та типи характеризується, по-перше, різницею об'єктів, що описуються численними дисциплінами, змістом дослідницької діяльності вчених, очікуваннями потенційної аудиторії. Існує базова специфікація наукової літератури, яка ділить тексти на науково-технічні, науково-гуманітарні, науково-природничі. Перспективи подальших наукових пошуків вбачаємо у дослідженні теми особливостей наукового стилю мовлення при професійно орієнтованому навчанні іноземних студентів.

Список літератури:

1. Дячук Н. В., Білюк І. Л. Теоретичні аспекти перекладу науково-технічних текстів. Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія». Острог : Вид-во НаУОА, 2023. Вип. 17(85). С. 49–53.
2. Загнітко А. Мовний простір граматики : монографія. Вінниця: Нілан-Лтд, 2018. 448 с.
3. Колоїз Ж. В. Науковий стиль української мови: практикум. Кривий Ріг : КДПУ, 2018. 132 с.
4. Культура академічного письма: навч. посіб. для аспірантів. Нар. укр. акад., каф. українознав.; упоряд. О. В. Слюніна. Харків : Вид-во НУА, 2020. 56 с.
5. Лисенко Н. О. Культура наукової мови: навчальний посібник. Х.: Видавництво НФаУ, 2013. 271 с.
6. Марченко В., Шух М. Лексико-семантичні особливості терміносистеми сучасного англомовного науково-технічного дискурсу. Молодий вчений, Вип. 8 (84), с. 200-204.
7. Наукова робота за темою магістерської дисертації. Науково-дослідна робота за темою магістерської дисертації. Частина ІІ: конспект лекцій / укладачі Г.М. Розорінов, Співак В.М. Київ : НТУУ «КПІ», 2016. 83 с.
8. Селігей П. О. Український науковий текст: проблеми комунікативної повноцінності та стильової досконалості: дис. … д-ра філол. наук : 10.02.01 / НАН України, Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні. Київ, 2016. 427 с.
9. Семеног О. М. Культура наукової української мови: Навч. посіб. За ред. Л.І. Мацько. Суми: СумДПУ ім. А.С. Макаренка, 2008. 252 с.
10. Українська мова (за професійним спрямуванням): підручник за ред. О. С. Черемська, В. Г. Сухенко. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця,. 2018. 436 с.
11. Холявко І. В. Національні традиції українського синтаксису у сфері наукової комунікації. Філологія: сучасний погляд на вивчення актуальних проблем : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 17–18 лютого 2017 р. Запоріжжя, 2017. С. 27–31.
12. Царьова І. В. Мова і термінологія наукових досліджень у юриспруденції: навчальний посібник. Дніпро: Вид. «Інновація», 2019. 114 с.

Pysarska N. V., Zaveriushchenko M. P., Lukhina M. Yu. SEMANTIC-SYNTAX ORGANIZATION OF THE SCIENTIFIC STYLE

Modern academic discourse cannot be imagined without identifying the role and significance of scientific style as a tool for transmitting and understanding acquired knowledge in various fields of science. The scientific style of the language is determined not only by lexical richness and terminology, but also by the semantic

and syntactic organization of the text. Accordingly, the article is devoted to the consideration of semantic and syntactic aspects of the scientific style, their role in the transmission of scientific information and promotion of the text's comprehensibility.

The influence of semantics on the organization of the text in a scientific style is analyzed. Attention is focused on how the choice of words and their semantic load can affect the clarity and accuracy of information transmission. A special role is given to the uniqueness of ambivalence and ambiguity in scientific texts, which can cause misunderstanding and misinterpretation of data. A separate section of the article is devoted to the syntactic organization of the text in a scientific style. It examines the importance of correct body structure, punctuation, and logical paragraph construction to enhance the clarity and logic of research. Various types of syntactic constructions have been identified, which help to achieve objectivity and scientific accuracy of expression. Emphasis is placed on the release of specialized terms and their role in the semantic-syntactic organization of the scientific style.

In the conclusions to the article, attention is focused on the importance of the semantic-syntactic organization of the scientific style in order to achieve clarity, accuracy and scientific validity. Understanding and using these aspects can help researchers and authors of scientific texts to improve the quality and effectiveness of communication in the academic environment. The analysis of the theoretical material makes it possible to draw a conclusion about the importance of further research in the field of semantic-syntactic organization of scientific style, its impact on the quality and effectiveness of scientific communication.

Key words: *scientific style, terminology, syntactic compression, complex and complex sentences, abstraction, generalization.*

УДК 811.161.2'367.322
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/06

Томусяк Л. М.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕЙЗАЖУ В РОМАНЕЛАХ ОЛЕГА СЕНЧИКА

Стаття присвячена детальному аналізу мовних особливостей пейзажних описів у романелах Олега Романовича Сенчика. Проаналізовано теоретичні питання, визначено науковий підхід до вивчення пейзажу, а також виявлено його специфіку функціонування. Із лінгвістичного боку опис пейзажу – це текстовий компонент художнього твору. Пейзажний опис зображує явища природи у взаємодії з людиною. Ідейна та художня позиція автора реалізується за допомогою дескрипції природи, яка нерозривно пов'язана з героями твору, їх внутрішнім станом та настроєм. Пейзажний опис об'єднує пізнавальні, комунікативні та композиційні компоненти змісту.

Пейзаж має більше функціональне навантаження, аніж просто дескрипція. Він реалізовує ідею автора. Природа – це окрема художня реальність. Її проблематика часто порушується як в літературі, так і в мовознавстві. За допомогою пейзажного опису автор має змогу реалізувати, передати власні натуралістичні думки й емоції, а також охарактеризувати окремі явища.

Домінувальними засобами для створення неповторних картин і образів у Олега Сенчика є різноманітні тропи. Однак найбільш продуктивним мовним засобом в описах письменника є персоніфікація. Вона пронизує всю його творчість. У такий спосіб автор намагається дати читачеві відчуття того, що насправді природа є живою, неповторною та загадковою. Якщо говорити про специфіку мови художніх творів Олега Сенчика, не можна не відмітити «антропоцентризм» творчості письменника. Вже у пейзажних описах яскраво помітне перенесення людських рис на природу, предмети. І робить це автор майже в кожній дескрипції. Реалізація антропоцентричного принципу в дослідженні структури художнього тексту також передбачає увагу до особливостей функціонування слова, але в просторі, обмеженому рамками закритої системи, якою є, власне, текст. О. Сенчик демонструє майстерність словесної пластики, збагачучи пейзажні описи різноманітними мовними засобами.

Запропоноване наукове дослідження визначає й деякі перспективні напрями подальших досліджень, зокрема систематичний підхід до створення класифікації пейзажних описів. Поняття пейзажу потребує ґрунтовного теоретичного аналізу під кутом зору сучасної теорії вивчення художнього тексту.

Ключові слова: *мовостиль, романела, семантика, антропоцентризм, персоніфікація, метафора, епітет, порівняння, синонім, оказіоналізм.*

Постановка проблеми. Пейзаж – це один з найкращих засобів цілісного сприйняття дійсності, створеної автором. Тема природи завжди була в полі зору зацікавленості багатьох дослідників, зокрема Авксентьєвої Г., Дятленко Т., Конєвої Т., Лапій М., Пасічник Г., Свірідової Ю., Тарасової Н. та ін. Однак, незважаючи на значний багаж напрацювань у цій царині, вона досліджена скоріше хаотично, аніж повно, всебічно. Тому актуальність наукового екскурсу вбачаємо в потребі комплексного мовознавчого підходу до аналізу художнього опису пейзажу. Існує велика кількість лінгвістичних праць, що стосуються проблеми забезпечення цілісностіхудожнього тексту. Це передбачає аналіз окремих частин написаного автором, у нашому випадку – дослідження пейзажного опису.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що в ній комплексно досліджено пейзажний опис передусім з лінгвістичного погляду, здійснено всебічний аналіз пейзажних вставок у мовну канву твору автором. Розглянуто мовні особливості прозового опису буковинського письменника (його новаторство, описова манера, індивідуальна побудова дескрипції природи, стратегії творення пейзажу).

У художньому мовленні пейзаж посідає не останнє місце, навіть більше – інколи його роль у розкритті змісту є провідною, оскільки доповнює авторську картину світу.У багатьох оповіданнях, новелах, романах можна простежити взаємодію людської свідомості з природою. Такі «стосунки» виливаються в масштабний ліричний

роздум. Вагомим стає відчуття повноти і єдності світу, в якому існує людина.

У творах опис пейзажу виконує ще одну не менш важливу функцію – психологічну. У різноманітних текстах за допомогою пейзажних деталей створюється потрібна емоційна атмосфера, відтворюється внутрішній стан героїв.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У текстах письменника пейзаж стає навіть окремим явищем, вивченням якого займається сучасна українська літературознавиця Марія Лапій.

Сам термін «пейзаж» автори посібника «Теорія літератури» О. Галич, В. Назарець, Є. Васильєв розглядають у розділі «Структура і елементи внутрішньої форми художнього твору»і називають його «образом природного оточення персонажів», «картиною природи» [1, с. 159].

За основними функціями в художньому творі розрізняють три типи пейзажу: хронотопний – повідомлення про локацію та час, в яких відбуваються події («репрезентує етнографічні, лінгвокраїнознавчі та загальноприродничі відомості [3, с. 15]»); психологічний – виражальний, асоціативний опис та оцінний – спосіб вираження авторської думки, його світосприйняття.

М. Тараненко зазначає, що «насиченість художніх творів картинами природи залежить від тієї місцевості, в якій відбуваються події, від розуміння письменника змісту й характеру зображуваних явищ [5, с. 11]».

Самостійність пейзажу коментує Т. Дятленко, стверджуючи, що «позасюжетним слід вважати пейзаж тоді, коли він представлений у творі поширено, детально (панорамний пейзаж), тобто як частина типових обставин. Частиною ж сюжету пейзаж буде тоді, коли він входить у розвиток подій у формі незначних вкраплень, прив'язаний до якогось епізоду чи ситуації твору й активно впливає на світосприйняття героїв, увиразнює певні риси характерів персонажів (ситуаційний пейзаж) [2, с. 18–19]».

Мета статті – схарактеризувати й науково обґрунтувати лінгвальні параметри мовних одиниць при створенні пейзажного опису на лексико-семантичному рівні. Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань: визначити науковий підхід до вивчення пейзажу як об'єкта мовознавчих досліджень; виявити специфіку функціонування опису пейзажу в мовостилі сучасного буковинського митця, закцентувавши увагу на лексико-семантичних засобах.

Виклад основного матеріалу. Пейзаж як один із змістовних і композиційних компонентів художнього твору виконує багато функцій залежно від стилю автора. В художньому творі опис природи – це явище не випадкове, а завжди містить смислове навантаження. Пейзажні дескрипції часто виступають у ролі емоційно насиченого тла або ж як форма відображення внутрішнього світу автора і персонажа. Однак цим перелік виконуваних пейзажем в структурі літературного твору функцій не вичерпується.

Пейзажні описи часто виконують характерологічну функцію, виступають засобом мотивації вчинків героїв. Вони можуть передати душевний стан, настрій персонажів, навіть деякою мірою допомагають осягнути їх внутрішній світ, емпатично відчути переживання. Пейзаж може психологічно впливати, налаштовуючи читача на певну емоційну хвилю сприйняття художнього тексту.

Пейзаж відображає уявлення автора про світ природи загалом, який, у свою чергу, є загальновизнаним мірилом цінностей і категорії прекрасного.

Природа є невід'ємною частиною художнього світу багатьох письменників. Такою вона є і для Олега Сенчика, творчість якого насичена яскравими пейзажними описами.

Олег Романович Сенчик народився на Вінниччині, закінчив філологічний факультет Чернівецького університету в 1970 році, після чого жив і працював на Буковині.За свого життя став не лише лауреатом української літературно-мистецької премії ім. Сидора Воробкевича в 2003 році та журналу «Дніпро» в 2009 році, а й здобув зарубіжні – фундації «Українські жінки Америки» (США) та «У свічаді слова» Євгена Бачинського (Канада).

У 2009 році за рейтингом журналу «Дніпро»його роман «Лицар на гострому прузі» був визнаний найкращим, а окремі твори перекладені угорською та румунською мовами.

Романели Олега Сенчика відзначаються великою кількістю пейзажних описів. Автор вміло оперує різними художніми засобами та прийомами, підтверджуючи свою літературну майстерність. Відбір і вживання мовних прийомів письменник підпорядковує естетичним цілям, яких він прагне досягти створенням свого твору. Засоби увиразнення української мови багатопланові.

Задля впливу на читача, його емоційний стан, автору необхідно вміло оперувати словом. Лексика української мови пропонує широкий діапазонтаких можливостей. До мовних засобів виразності належать синоніми (в тому числі і контекстуальні, створені безпосередньо автором), антоніми, пароніми, однозначні і багатозначні слова, омоніми, оказіоналізми тощо.

Олег Сенчик майстерно вводить у мовну канву твору контекстуальні синоніми: *Хату обступає* ***древня*** *і* ***дремна*** *темінь лісова* [4, с. 17]; *Даль обрамлена сизим лісом, а їх обступив* ***святобливий***, ***любомирний*** *і* ***всеобіймаючий*** *спокій* [4, с. 19]. Функціонування таких синонімів несе подвійне навантаження: по-перше, створює ефект сповільнення ходу розповіді відповідно до почуттів героїв, по-друге, дозволяє увиразнити опис лісової казковості та надзвичайного спокою.

Письменник використовує розмаїття семантики багатозначних слів: вільних, фразеологічно зв'язаних, проте надає перевагу переносним значенням, які володіють образно-характеристичними можливостями. Семантика слова – це явище змінне, яке може співвідноситися з конкретним предметом або явищем дійсності. При образному значенні слова його сенс уточнюється, проте характер такої конкретизації дещо інший. Образне вживання призводить до суттєвих змін у самій структурі семантики, в характері співвідношення слова з предметами і явищами та мисленнєвими відображеннями цих предметів і явищ, як-от: *А над небом блакитна* ***накривка небес*** [4, с. 19]; *Фроська й собі підсліпкувато п'є довкілля, зелено-живий пагорб, розтятий сірою* ***змійкою стежки*** [4, с. 27]; *У тій щілині вишугування вітру й вологі* ***косяки дощів*** *і золотаві сонячні рубці у спеку* [4, с. 92]. Вжиті образно, такі поєднання слів виходять за межі звичайного лексичного зв'язку з іншими словами. Накривка – це тканина, якою накривають що-небудь, а змійка – це плазун з видовженим тілом, косяк – це боковий або верхній брус рами дверей. Однак зазначені лексеми переходять в інший семантичний план, при цьому порушується їх звичний контекст уживаності, що сприяє образності й яскравості пейзажного опису й експресивності тексту загалом.

Одухотвореність природи письменник зумів зобразити, використовуючи метафори, епітети, порівняння, персоніфікації. Навколишня дійсність – небесні тіла, природа, рослини у мовостилі автора є живими, автор персоніфікує ліс, весну, день: *...ліс* ***розмовляв*** *із леготом нічним і вона слухала його скаргу, він ніби* ***плив*** *за самим собою,* ***заколисував*** *себе і* ***присинав*** [4, с. 6]; *Міцну бражку* ***заварила*** *весна, поволеньки вже зсувалася у молоде літо* [4, с. 7]; *А довкола день натомлено* ***зітхає****, пригусклі впокійливі барви виглиблюються* [4, с. 39]. Наділення неживих предметів ознаками і властивостями людини – це один з найпоширеніших і найдієвіших за силою впливу на читача тропів, що надають авторському мовленню образності й неповторності.Окрім цього, персоніфікація допомагає автору передати і внутрішній стан героя.

Для зображення пейзажу в прозових творах Олег Сенчик активно послуговується епітетами, які допомагають точніше й яскравіше передати не тільки описувані явища чи образи, а й внутрішній стан героїв. У мовостилі письменника вони мають відмінні риси, бувають прості та складні, наприклад: *Із сіножатей прилісних* ***бентежний*** *запах сонних трав доносив легіт* [4, с. 59]; *Баба Ганя дзенькнула залізною хвіртчиною, поринула в* ***любистково-чебрецево-кануперно-м'ятні*** *пахтива городини* [4, с. 112]. Як бачимо, автор створенням складного за структурою неологізму значно розширює спектр запахів, що гармонійно поєднуються в городі героїні твору.

В пейзажних описах автор часто використовує свої улюблені кольори: небесний, зелений, помаранчевий, жовтий. Частотними, як засвідчують наші спостереження, в пейзажних описах письменника є функціонування складних прикметників, як-от: *антрацитово-чорний, біло-жовте, серпанково-прозорий, димчасто-сіре*, *любистково-чебрецево-кануперно-м'ятні*, а також поєднання прикметників з дієприкметниками: *багряно-скала-мутніла, зелено-живий, сизо-змертвіла*.

Однією з рис, яка виокремлює творчість Олега Сенчика, є метафоризація художнього мовлення, в основіякої – подібність найрізноманітніших ознак предметів: кольору, форми, обсягу, призначення, положення в просторі, часі тощо. Метафори в описах Сенчика мають різну частиномовну приналежність – це й іменники (*накривка небес, змійка стежки, кососік дощів*), і прикметники (*лоскітливі пахощі, молоде літо, вибарвлений день*), і дієприкметники (*повітря настояне на травах, наярене сонце*), і дієслова (*задуха лягала, кріп старається, барви виглиблюються*), і прислівники (*усміхаються синьо-червоно*). Письменник шляхом метафоризації створює живі, яскраві «зорові» картини. Спостерігаємо у мовленні письменника нанизування метафор,створення синонімічного ряду близьких за значенням метафоричних лексем, що є по-особливому яскравим стилістичним прийомом образного мовлення.

Близьким до метафори є порівняння, яке дозволяє письменниковіпоєднувати найнедосяжніші явища природи з людиною й її повсякденним життям, а водночас порівнянням автор засвідчує асоціативні зв'язки, які характеризують його мовосвіт. Для автора природа – це предмет поклоніння, обожнювання, він не може встояти перед

тим, щоб не співвіднести її з людиною, використовуючи яскраві й точні порівняння: *Літо пре, як навіжене* [4, с. 4]; *День вибарвлений, як вибавлений* [4, с. 7]; *Костяний в'яз вистелив жорствою кострубату тінь, схожу на розпатлану в несамовитому гніві своєму Раїфту* [4, с. 23].

Особливістю опису природи в Олега Сенчика є не тільки одухотворення навколишнього середовища, а й повне злиття автора з ним. Це виражається в тому, що автор ставить себе на його місце. Письменник думає та відчуває те, що повинна думати та відчувати природа в певній ситуації, пор.: *...полюбляє баба Ганя, як до неї долинає умиротворена стиглість осени, як літо спливає і вже перелітні клекотні бродять лугом, тішить лагідним супокоєм і вечоровою свіжістю* [4, с. 98].

Для увиразнення художнього опису автор вдається до використання антитези: *А вечір зависає над ними промінням стиглого золота. Саме пора для* ***важкого*** *року й* ***легкої*** *любови* [4, с. 51]. У реченні протиставлення *«важкий – легкий»* використано із вторинним значенням цих прикметників. Первинна семантика слова *важкий*– той, який має велику вагу; а слова *легкий* – той,який має невелику, незначну вагу. У нашому випадку *важкий рік* має значення періоду, впродовж якого на людину чекатимуть життєві складнощі, певні негаразди;*легка любов* означає стосунки, які приноситимуть лише позитив, приємні відчуття та допомагатимуть рухатися далі. Все це підкріплюється описом вечора в попередньому реченні, який, власне, й наштовхує на подібні міркування.

Баба Ганя зі «Струшеної роси» все очікує на смерть, письменник навіть описом природи створює всі умови для її появи: *Довкілля загусає непрогляддю, темнюща брила ночі придушує землю...* [4, с. 92], але: *...гості з косою нема й нема, гей стежку сюди забула* [4, с. 92]. Влучно використаний евфемізм *«гостя з косою»*контрастує з першою частиною речення, сповненою темних барв і похмурого настрою, врівноважує всю картину загалом.

У пейзажних описах Олег Сенчик широко використовує оказіоналізми: *З-під ніг густим туманом підводяться пахощі чебрецю – важкі й лоскітливі,* ***розшеберхані*** *ногами* [4, с. 4]; ***Шаленина*** *зелені милує око і вона п'є довкілля й не нап'ється, дякує Творцеві, що дав змогу бачити се диво, всотувати в себе запахи і барви, і все те лягає на денце її серця, виповнює душу легкою замрією, солодкою благодаттю* [4, с. 9]; *Срібляста блакить нічного паводку м'яко огортала його, здавалося Фросьці, що над нею розсипав* ***рипливисько*** *антрацитовочорний крук...*[4, с. 41]; *І коли знахарка йшла, розбуркана бабина душа затрапляла у* ***висонцені*** *дні минулого* [4, с. 89].

Словотвір української мови – це спосіб, завдяки якому можна досягти різного рівня експресії написаного, допомагають в цьому афікси. У художньому мовленні склалася давня традиція стилістичного використання слів з афіксами суб'єктивної оцінки. *Хмаринка, лозинка, чобітки, стежечка, кущисько, ненаситний* – такіформи слів нерідко функціонують в романелах Олега Сенчика.

Отже, підбираючи мовні засоби, автор активно послуговуєтьсясловотвірними засобами увиразнення художнього мовлення.

Висновки. Аналізуючи лексично-стилістичні особливості творчості Олега Сенчика, можна підсумувати, що для пейзажного опису він використовує різноманітні мовні засоби. Автор вдається до широкого потенціалу тропів. У природних дескрипціях представлена велика кількість епітетів, метафор, порівнянь, персоніфікацій, а також комплексне вираження тропів в одному слові.

Природа у мовостилі письменника – багатогранна, дивує своїм різноманіттям і представлена крізь призму ставлення до неї людини. Все в пейзажному описі підпорядковано думкам, відчуттям і переживанням героя. Людський побут і природа – це нерозривна та гармонійна єдність у письменника, в центрі якої все ж перебуває людина.

Список літератури:

1. Галич О., Назарець В., Васильєв Є. Теорія літератури. Київ: Либідь, 2005. 460 с.
2. Дятленко Т. Особливості вивчення теоретико-літературних понять на уроках української літератури в старших класах (на матеріалі поняття «пейзаж»). *Українська мова і література в школі.* 2004. № 6. С. 22–27.
3. Пасічник Г. П. Лексико-семантичні та структурні особливості тематично-описового дискурсу «природа» у творах англійських письменників XVIII – початку XX століття: автореф. дис. … канд. філол. наук : спец. 10.01.01. Львів, 2005. 19 с.
4. Сенчик О. Р. Струшена роса: романели. Чернівці: Книги XXI, 2008. 240 с.
5. Тараненко М. Пейзаж у художньому творі. Київ: Дніпро, 1965. 66 с.

Tomusiak L. M. LEXICO-SEMANTIC CHARACTERISTICS OF THE LANDSCAPE IN ROMANELLS OF OLEG SENCHYK

The article is devoted to a detailed analysis of linguistic features of landscape descriptions in Oleg Romanovych Senchyk's novels. Theoretical questions were analyzed, a scientific approach to the study of the landscape was determined, and the specifics of its functioning were also revealed. From the linguistic point of view, the description of a landscape is a textual component of a work of art. Landscape description depicts natural phenomena in interaction with man. The ideological and artistic position of the author is realized with the help of a description of nature, which is inextricably linked with the heroes of the work, their inner state and mood. Landscape description combines cognitive, communicative and compositional components of content.

Landscape has more functional load than just a description. It implements the author's idea. Nature is a separate artistic reality. Its problems are often discussed both in literature and in linguistics. With the help of a landscape description, the author is able to realize and convey his own naturalistic thoughts and emotions, as well as characterize individual phenomena.

Oleg Senchyk's dominant tools for creating unique pictures and images are various tropes. However, the most productive language device in the writer's descriptions is personification. It permeates all his work. In this way, the author tries to give the reader the feeling that nature is actually alive, unique and mysterious. If we talk about the specificity of the language of Oleg Senchyk's artistic works, one cannot fail to note the "anthropocentrism" of the writer's work. Even in landscape descriptions, the transfer of human features to nature and objects is clearly visible. And the author does this in almost every description. The implementation of the anthropocentric principle in the study of the structure of the artistic text also involves paying attention to the peculiarities of the functioning of the word, but in the space limited by the framework of the closed system, which is, in fact, the text. O. Senchyk demonstrates mastery of verbal plasticity, enriching landscape descriptions with various linguistic means.

The proposed scientific study also determines some promising directions for further research, in particular, a systematic approach to creating a classification of landscape descriptions. The concept of landscape needs a thorough theoretical analysis from the point of view of the modern theory of the study of the artistic text.

Key words: *speech style, romanella, semantics, anthropocentrism, personification, metaphor, epithet, comparison, synonym, occasionalism.*

СЛОВ'ЯНСЬКІ МОВИ

УДК 811.162.1'37
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/07

Аскерова І. А.
Український державний університет імені Михайла Драгоманова

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЕМОЦІЙНОГО ПЕРЕЖИВАННЯ СТРАХУ В ПОЛЬСЬКІЙ МОВІ

Пропонована стаття присвячена описові особливостей репрезентації базового психічного феномена – страх – у польській мовній картині світу. Це переживання у структурі лексико-семантичного поля назв емоцій не має полярної позитивно маркованої пари. Комплексний семантико-структурний та лінгвокогнітивний аналіз здійснено з урахуванням таких параметрів, як первинність / переносність, вторинність назви емоції, її позитивна / негативна маркованість, інтенсивність, характер прояву, причина, суб'єкт переживання, його зовнішня маніфестація та вегетативні зміни тощо. В емотиві пол. strach значення страху є прямим, номінативним, воно складає ядро досліджуваного мікрополя. Мотивацією цієї назви є, як правило, відчуття безпосередньої, реальної небезпеки. Причиною виникнення також є уявлення про щось невідоме, передбачення, що з людиною може статись щось погане в майбутньому. Страх є сильним емоційним переживанням, він властивий як людині, так і іншим живим істотам.

Мовні факти засвідчили, що у стані страху людина намагається припинити дію на себе небажаного фактора і для цього ладна або сховатись, зробитись непомітною, або втекти. До зовнішніх проявів цієї емоції належить тремтіння, дрижання різних частин тіла. Вегетативні зміни в організмі під впливом страху мовний матеріал засвідчує досить яскраво. Серед них – прискорення серцевих скорочень, як правила, зниження артеріального тиску, болі у шлунку, розлад кишківника тощо. До фізіологічних реакцій належить також закостеніння, заціпеніння. Посилену увагу мовців до соматичних характеристик досліджуваного стану пояснюємо природою цієї емоції, якій властиві сильно виражені фізіологічні прояви.

Лексема пол. strach характеризується широкою лексичною сполучуваністю. Відтворені образні колокації свідчать про те, що страх у мовній картині світу поляків уявляється як рідка або газоподібна субстанція, холод, хижа істота, яка, вороже налаштована по відношенню до людини, зерно, їжа, хвороба тощо. Досліджувана лексична одиниця характеризується великим словотвірним потенціалом та широкою низкою похідних.

Ключові слова: *емотивна лексика і фразеологія, мовна картина світу, семантика, словотвірна структура, лексико-семантичне поле, метафора.*

Постановка проблеми. Сучасна лінгвістика активно досліджує й аналізує мовні картини світу, охоплюючи його найрізноманітшіші аспекти. Ця галузь когнітивної науки зосереджена на вивченні того, як мова відображає, організовує та впорядковує сприйняття і розуміння зовнішнього світу людини, її навколишньої реальності, а також з'ясовує, як вона виражає внутрішній ментальний простір, зокрема емоції, почуття й душевні переживання. Одним із базових негативно конотованих феноменів людської психіки, який широко та яскраво об'єктивований у польській мові, є страх.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ця емоція уже перебувала у фокусі уваги польських учених (І. Новаковська-Кемпна, А. Спаґінська-Прушак, А. Карась, К. Томчак, Е. Єнджейко, М. Якубович та ін.), які досліджували окремі найменування страху з погляду їхніх семантичних, граматичних чи дискурсивних ознак, однак на сьогоднішній день відповідне лексико-семантичне (мікро)поле в польській лінгвістичній науці досі не дістало комплексного монографічного опису.

Метою статті є поглиблений аналіз семантики, структури, а також лексичної і граматичної

сполучуваності субстантива пол. *strach*. **Об'єкт** дослідження становить польський емотив ***strach***, який належить до ядерної зони досліджуваного лексико-семантичного мікрополя у польській мові. **Предметом** аналізу є семантичні, граматичні та лінгвокогнітивні властивості відповідної лексичної одиниці.

Матеріалом для дослідження слугували тлумачні, фразеологічні, діалектні лексикографічні джерела польської й інших слов'янських мов, словники синонімів, близькозначних слів та архаїзмів, Національний корпус текстів польської мови, а також наукові праці у галузі психології емоцій та почуттів людини. Зазначена комбінація джерел, на нашу думку, дає змогу отримати більш обґрунтовані висновки щодо особливостей репрезентації страху в польській мовній свідомості.

Виклад основного матеріалу. Страх є однією з ключових емоцій у житті людини, його роль і значущість важко переоцінити. По-перше, він виконує надважливу функцію захисту організму, мобілізує фізіологічні реакції, які дозволяють швидко реагувати на небезпеку й, тим самим, вижити у критичних ситуаціях. По-друге, страх впливає на наше прийняття рішень. Він може допомагати обережніше підходити до ризикованих моментів та виробляти раціональніші стратегії. По-третє, страх слугує істотним стимулом для самовдосконалення й розвитку: коли люди відчувають страх перед певними обставинами або завданнями, це може мотивувати їх працювати над подоланням внутрішнього дискомфорту для досягнення нових цілей. Він може розглядатися як джерело креативності й творчості: відчуття страху перед тими чи тими наслідками може стимулювати пошук інноваційних рішень та нових шляхів розв'язання проблем [1].

Отже, страх впливає на фізичне та психічне здоров'я людини, відносини з іншими людьми, процеси прийняття рішень, соціальну інтеграцію та інші сфери життя. Вивчення його з погляду лінгвістики сприяє глибшому розумінню цієї емоції, дає змогу розкрити її компоненти та взаємозв'язок з мовними засобами вираження, дослідити культурні відмінності у сприйнятті й вираженні страху, що має неабияке значення для міжкультурної комунікації та міжкультурного взаєморозуміння.

Найменуванням аналізованого емоційного стану, що активно функціонує в сучасній польській мові і є основним субстантивним позначенням емоції страху, є пол. ***strach***. Цей іменник має три сенси, першим серед яких є «неспокій, спричинений небезпекою або чимось невідомим, що видається грізним, а також думкою про щось загрозливе» [SJPSz 3, с. 319–320; PSWP 40, с. 313; ISJP 2, с. 696–697]. Саме цим значенням емотив уходить до лексико-семантичного мікрополя страху. Крім цього, якщо *strach* вживається у множині – *strachy*, то позначає, за народними віруваннями, тінь, дух померлого, мару, привид тощо (*wierzyć w strachy*, *opowieści o strachach*, а також у прислів'ї *strachy na Lachy* «даремно когось лякати»). І, нарешті, як правило, в колокації *strach na wróble* аналізований іменник означає «опудало; старий одяг (часом і капелюх), розвішаний на палицях та поставлений на городі або в полі з метою відлякування шкідливих птахів» [тс.].

Персоніфіковане втілення образу страху власне в цьому останньому сенсі яскраво змальовує Р. М. Гронський в оповіданні «Страх», пор. уривок: "*Na głowę wsadzili mi stary kapelusz. Przepraszam. Właściwie nie mam głowy. Zastąpił ją wecheć słomy… Kurtkę też mi dali niezwykłą… Zwyczajny gość nie ma takich długich rąk. Już ubranego wynieśli mnie na pole, na którym kwitły maki. Wetknęli mnie w ziemię i poszli...Któregoś dnia zjawiły się ptaki...Przybawione jaskrawością kwiatów, frunęły prosto na mnie. Przerażał mnie groźny trzepot skrzydeł. Jak opętany zacząłem wymachiwać rękoma. Ze strachu nie czułem zmęczenia. Trząsłem się i drżałem. ... Przyszli ludzie. Orzekli, że jestem wyśmienitym* ***strachem na wróble****. Że dzięki mnie będą mogły dojrzewać łany*".

Наведене словосполучення може вживатись як у прямому, так і в переносному значенні по відношенню до зовнішнього вигляду людини – *wyglądać jak strach na wróble* «бути погано вдягненим» [тс.].

Як свідчить мовний матеріал, страх є емоцією, яка властива не лише людині, але й іншим живим істотам: "*Ludzie drżeli* ***ze strachu*** *przed jej magiczną siłą*" (Kosidowski Z. Opowieści biblijne), "*Pies skulił się* ***ze strachu***", "*Szczeniaka zdjął* ***strach***" [5].

Причиною страху може бути відчуття безпосередньої, реальної небезпеки – "*Oczy mu błyszczą, jak wilkowi. Zbójca! Dziewuszysko zatrzęsło się* ***ze strachu****, ale zaraz pomyślała sobie: jak zobaczy, że nie śpię, zabije"* (Oppman A. Legendy warszawskie), "*Mały chłopiec na widok wielkiego, szczekającego psa, sztywnieje* ***ze strachu"*** (Grzesiuk L., Tryjarska B. Jak pomagać sobie), або передчуття, передбачення людиною, що з нею може щось погане статись у майбутньому –"*Emocje retencjonistów dają znać o sobie, ilekroć społeczeństwo ogarnia* ***strach*** *przed terrorystami lub rosnącą liczbą szczególnie drastycznych zabójstw*" (Przekrój 2001,

nr 2908), "*Któż z nas nie przeżywał paraliżującego* ***strachu*** *przed wizytą u stomatologa?*" (медична реклама), а також уявлення про щось невідоме – "*Doszedłem do wniosku, że kierował mną chyba tylko jakiś nieokreślony* ***strach*** *przed czymś niezwykłym, jak mi się wydawało, niebezpiecznym*" (MT 1996, nr 2]) "*Pisząc o przesądzie zauważa, że rodzi go bezpodstawny lęk i* ***strach*** *przed czymś nieznanym, tajemniczym*" (Literatura 1984, nr 2).

Страх може виникати несподівано – *"W tej samej chwili jego serce żywiej zabiło, poczuł* ***strach"*** (Ostrowicka B. Kraina kolorów – księga intryg), *"Nagle poczuł, że do gardła podpełza mu zimny, obezwładniający* ***strach"*** (MT 2001, nr 3), або формуватися протягом тривалого часу: *"****Strach*** *nie pojawił się dopiero tu i teraz.* ***Strach*** *tkwił we mnie już od dawna..."* (Głębski J. Kuracja).

Поряд із прямим номінативним позначенням страху в польській мові функціонують численні аналітичні конструкції зі словом *strach*, які значно повніше й ширше виражають цей негативно конотований стан людської психіки. Серед аналітизмів можна виділити такі групи:

2. «*Іменник strach + іменник у Р. в. або в О. в. з прийменником* ***przed***» на позначення особи або ситуації, що викликають страх: *strach matki / ojca / nauczyciela / choroby / kary / śmierci; strach przed matką / ojcem / nauczycielem / chorobą / karą / śmiercią*.

3. «*Прикметник / дієприкметник + ze strachu*»: *blady*, *szary*, *nieprzytomny*, *obłąkany*, *oszalały*, *ledwie żywy ze strachu*. Наведені приклади маніфестують психічні прояви страху, коли людина не в стані логічно мислити, вона втрачає контроль над собою. Перші два контексти свідчать також про фізіологічні зміни в організмі під впливом відчуття страху – зниження артеріального тиску, внаслідок чого людина бліднішає.

4. «*Дієслово + іменник strach у непрямих відмінках*». Тут можна виділити такі тематичні групи:

– каузативні конструкції зі значенням «викликати, спричиняти страх, страшити», де страх виступає об'єктом: *budzić / wzbudzić w kimś strach; nabawić / napędzić komuś strachu, rzucić na kogoś strach, napawać / napełniać kogoś strachem, zasiać / posiać strach*. Останні два словосполучення виражають порівняння страху із субстанцією, яка наповнює тіло людини, та як ніби початком, зародком страху, оскільки дієслова *zasiać, posiać* імплікують процес сівби;

– група словосполучень зі спільним сенсом «відчувати страх»: *czuć / poczuć strach; doznać / doświadczyć strachu; mieć stracha / boja / mojra / pietra / cykora / cykorię*. У конструкціях *najeść się / nałykać się strachu* відповідне емоційне переживання пов'язується в носіїв польської мови з їжею. Наступні словосполучення типу *być / żyć w strachu* свідчать про те, що страх може виникати не лише несподівано та бути короткотривалим, а може формуватися досить довгий час, перетворюючись на фон внутрішнього життя людини.

До цієї групи належать також конструкції *drżeć / dygotać / trząść się ze strachu*; *uciekać w strachu*; *rzucić się w strachu do ucieczki*, що вказують на біхевіоральні прояви досліджуваного психічного стану. У страху людина може або рухатися, вдаватися до втечі, намагаючись уникнути небезпеки, – *rzucać się do ucieczki*, *wziąć nogi za pas*, *uciekać co sił*, *mało nóg nie pogubić*, *uciekać ile tchu starczy (ze strachu / w strachu)*, *jak strach*, *to się i nogi znajdą*, або, навпаки, ціпеніє, завмирає на місці, намагаючись бути непомітною, – *drętwieć ze strachu / stać jak wryty / oniemiały / skamieniały*, *zmienić się w słup soli*, *siedzieć cicho jak mysz pod miotłą*, *siedzieć cicho i ani miauknąć / ani pary z gęby nie puścić*.

Сильний страх може порушувати нормальну діяльність внутрішніх органів: ці відчуття, як правило, пов'язані з роботою шлунка та болями в животі, пор. *mieć spodnie / majtki / portki pełne strachu*, *robić w majtki / portki ze strachu*; пор. також: «*Powiedział, że brzuch go rozbolał* ***ze strachu****, jak go ten* Niemiec uderzył (Grynberg H. Żydowska wojna). «*Wącha: a z tego zapachu, Który mógł być skutkiem* ***strachu****, Wnosi, że to nieboszczyk i że już nieświeży*» (Mickiewicz A. Przyjaciele)

До позначень вегетативно-соматичних проявів досліджуваного емоційного стану належать також звороти *pocić się ze strachu* та *trząść się ze strachu jak osika*, причому в останньому наявне порівняння із прототиповим ботанічним об'єктом;

– «опанувати страх» – *ujarzmić / opanować / przezwyciężyć / pokonać / przemóc / wygnać strach, wyzwolić się od strachu, zapanować nad starchem, pozbyć się strachu, zapomnieć o strachu* тощо. Наведені звороти свідчать про те, що людина у стані страху не лише втрачає панування над собою, але здатна також свідомо протистояти небажаному психологічному станові. Однак від страху особа може й померти, пор. *umrzeć ze strachu*. У сучасній польській мові цей фразеологізм вживається, як правило, з метою гіперболізації власних відчуттів, пор.: «*Nawet nie wiedziałam dobrze, co to za dyscyplina ten dream jumping, a gdy jeden ze znajomych Pawła powiedział, że chodzi o skoki z wieżowca na gumowej linii, omal nie* ***umarłam ze strachu****. Bałam*

się, że on w końcu skręci kark i zostanę młodą wdową» (Olivia 2005, nr 7). Цікаво відзначити, що паремії типу *kto umiera ze strachu, temu nie dzwonią / temu w kobyli łeb dzwonią* [NKPP 3, с. 326] виражають негативну оцінку подібної смерті.

5. Конструкції, де в ролі підмета виступають соматичні назви, – *nogi uginają się komuś / pod kimś, serce bije komuś / wali jak młotem, włosy jeżą się komuś, zęby dzwonią / szczękają komuś ze / od strachu, krew krzepnie / stygnie / zastyga w czyichś żyłach і* суб'єктивні відчуття – *komuś przechodzą po plecach ciarki / dreszcze*. Ці фраземи тематично належать до групи відчуття страху, але описують досліджуваний стан у більш образний спосіб.

6. «*Іменник strach у Н. в. (у ролі підмета)*». Як свідчать подібні конструкції, сполучуваність назви страху в польській мові значною мірою спирається на різних образних уявленнях, на метафорах. Так, страх у польській мові концептуалізується як хижа істота, надприродна сила, яка вороже налаштована по відношенню до людини, прагне заволодіти нею, про що свідчать колокації слова *strach* з такими дієсловами, як *chwytać*, *łapać*, *dławić*, *miotać*, *napadać*, *ściskać* тощо: *strach bierze/ chwyta / łapie / pochwycił kogoś (za gardło*, *za krtań*, *za piersi*, *za serce)*; *dławi kogoś (za gardło*, *za krtań)*; *strach jeży włosy na głowie / miota kimś / napada kogoś / obezwładnia kogoś / odbiera komuś mowę*; *strach ogarnia / opada / opanowuje kogoś/ pada na kogoś / porywa kogoś za włosy*; *strach przebiega komuś po skórze / przenika kogoś (czyjeś serce*, *do szpiku kości)*; *strach ściska komuś gardło*, *krtań*, *pierś*, *serce*; *strach trzęsie kimś / trzyma kogoś w ryzach*, *za gardło* тощо. Пор. також: «*Był we mnie* ***strach****, który* ***niszczył*** *mnie od środka*» (Ostrowicka B. Kraina kolorów – księga intryg)*,* «*Reżim upadł, ale* ***strach*** *pozostał i on* ***zżera*** *dusze*» (Rzeczpospolita 2000, nr 1202).

Персоніфікований образ страху-мучителя асоціюється в носіїв польської мови з холодом, який проникає і наповнює душу й серце людини, пор. *strach mrozi kogoś / obejmuje mrozem serce komuś*, *strach studzi krew*, *dreszcz strachu przejmuje kogoś*. Підтвердженням цієї думки можуть бути численні метафоричні контексти, які структурно не належать до аналізованої групи, але вказують на стійку асоціацію страху з низькою температурою, пор. *zimny pot oblewa kogoś*, *ktoś czuje zimny pot na plecach*, *coś kogoś zmroziło*, *ktoś poczuł chłód / lód wokół serca*, *lodowaty strach*, *ktoś zastygnął ze strachu*, *zimne poty biją na kogoś*, *ktoś czuje lód w sercu ze strachu.* У цьому випадку має місце типовий зв'язок між низькою температурою та негативно конотованими почуттями, про що свідчить й етимологія такої назви, як пол. заст. *mierziączka* [MSZP, с. 140] «щось, що викликає відразу» ← **morzъ* «мороз», пол. *wstyd* ← **stud-* «вистигати», «мерзнути» [Boryś с. 713–714; Brückner с. 635]. Інакше кажучи, дослідження симптоматичних проявів деяких негативних емоцій доводить, що реакція душі на страх є подібною до реакції тіла на холод.

Словосполучення *strach napełnia / przepełnia kogoś* та *strach oblatuje / owiewa kogoś* маніфестують страх як рідку або газоподібну субстанцію.

На позначення зовнішнього вираження страху в межах досліджуваної групи функціонують такі метафоричні звороти, як *strach maluje się na czyjejś twarzy / czai się komuś w oczach*, *patrzy / wygląda / wyziera komuś z oczu.* Обличчя та очі людини уявляються в польській мовній картині світу як дзеркало, в якому відбиваються почуття й переживання особи. Згадаймо польське прислів'я з іменником *strach* у ролі підмета – *strach ma wielkie oczy* (*strach ma wielkie skrzydła*) «необґрунтовано перебільшений страх», відоме й іншим як слов'янським, так і неслов'янським мовам: укр. *страх має великі очі*, рос. *у страха глаза велики*, німені *die Furcht hat tausend Augen* «страх має тисячу очей» тощо.

7. *«Іменник strach + прийменник* ***o*** *+ іменник у З. в.»: strach o dziecko, o brata, przyjaciela, o pieniądze, o pracę, o bezpieczeństw*o. Вважаємо, що в цьому випадку йдеться не стільки про страх як такий, скільки про хвилювання, неспокій, тривогу.

8. *«Іменник strach + інфінітив»* зі значенням «страшно»: *strach chodzić, patrzeć, pomyśleć, robić.*

Крім того, встановлюються контексти зі словом *strach*, які свідчать радше не про душевний стан, а про міру і ступінь вираження експресії, емоційного ставлення мовця до висловлення, пор.: «***Strach****! Jeszcze czegoś podobnego, jak długo żyję, nie widziałam*»; «*Stary się nagle ożywił. I rozgadał, ba! Rozpolitykował,* ***aż strach****!*» [SFJP 2, с. 223], *Strach się bać*!, пор. також розм. *strasznie ładnie*, *strasznie drogo*.

Досліджуваний апелятив має в польській мові великий словотвірний потенціал. До вербального блоку похідних належать лексеми книжн. *strachać się* «відчувати страх» *(strachać się piorunów*, *ciemności)* [PSWP 40, с. 314], *straszyć się* «лякати, страшити один одного» [SJPSz 3, с. 322]. Основними дієслівними лексемами, що виражають граматичне значення доконаного виду, є вербатив *przestraszyć się* та його корелят *wystraszyć się*. Ці одиниці є двовалентними, в реченні поширюються, як правило, назвою суб'єкта переживання

(причому для дієслова *wystraszyć się* ним може бути кожна жива істота, а для *przestraszyć się* лише особа) і назвою загрози: «*Gdy odeszła wtedy po tej kłótni,* ***przestraszyłem się****, że już nigdy nie wróci*» [SSG 4, с. 55], «***Wystraszył się*** *odpowiedzialności*», «*Pies* ***wystarszył się*** *wystrzału*» [тс. 5, с. 189].

Серед субстантивних формацій функціонують найменування *przestrach* «відчуття страху, жаху, що виникло раптово, несподівано» (*spojrzeć na kogoś z przestrachem*; *przestrach ogarnia / paraliżuje kogoś*) [SJPSz 2, с. 951], *postrach* «пугало; особа або явище, які викликають страх» (*postrach całej okolicy*) [тс., с. 809], nomina essendi *straszność* «історія, оповідання, що викликає страх (*nasłuchał się straszności*) [тс. 3, с. 321], nomina essendi *strachliwość* «схильність до відчування страху» – похідне утворення від *strachliwy* (*nadmierna*, *wrodzona strachliwość*) [тс., с. 320], nomina agentis *strachajło* «боягуз», *straszydło* «негарна людина; особа, яка викликає відразу» [тс., с. 320–321], а також *straszak* «револьвер або пістолет, що служить для стріляння холостими патронами, як правило, з метою налякати», «особа або річ, що лякає», «опудало» та *strachałka* «літературний твір про страхів» [PSWP 40, с. 321].

У кашубському діалекті польської мови фіксуються субстантивні суфіксальні формації типу nomina attributiva *straxlińc*, *straxoblivc*, *straxulc* та *straxuta*, об'єднані спільним значенням «ляклива людина; боягуз» [Skasz 5, с. 170–171], а також топоніми *Straševka* «назва лісу під Картошином» («*V Straševce stráši*»), *Strašńica* «назва пустки між Загужем та Чисовою» [тс., с. 174].

Серед похідних прикметників можна виділити декілька формацій: *straszny* «такий, який спричиняє страх; грізний, жахливий» (*straszny czyn*; *mieć straszne sny*), «дуже поганий, жахливий» (*straszna pogoda / choroba*) та «дуже великий» (*zarabiać straszne pieniądze*); *straszliwy* має значення, синонімічне до *straszny* (*straszliwa burza*, *pisać straszliwym stylem*, *straszliwe zmęczenie*); *strachliwy* «лякливий, боягузливий, полохливий» (*strachliwy koń*, *strachliwe dziecko*). Ці ад'єктиви слугували твірною основою для відповідних прислівників *strasznie*, *straszno, straszliwie* та *strachliwie* [SJPSz 3, с. 320–322].

Висновки. Таким чином, польська мова достатньо повно відбиває більшість проявів досліджуваної емоції, дає людську картину бачення цього переживання, яка є досить близькою до універсальної наукової картини, але водночас має свою національну специфіку, самобутність і неповторність. Перспективу подальших пошуків у галузі комплексного відтворення мовної картини внутрішнього світу людини вбачаємо у поглибленому дослідженні всіх конституентів, які входять до структури лексико-семантичного мікрополя «Страх», а також порівняння й зіставлення отриманих результатів з фактами інших слов'янських мов.

Список літератури:

1. Лазуренко О.О. Психологія емоцій. К.: Книга плюс. 2018. 264 с.
2. Jędrzejko E., Nowakowska-Kempna I. O uczuciach i ich objawach w aspekcie semantyki leksykalnej. *Przegląd Humanistyczny*. 1985. № 7/8. S. 81–90.
3. Karaś A. Językowa konceptualizacja uczuć z grupy strachu na podstawie konstrukcji werbo-nominalnych. *Poradnik Językowy*. 2003. № 4. S. 27–35.
4. Nowakowska-Kempna I. Konceptualizacja uczuć w języku polskim. Cz. 2. Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, 2000. 438 s.
5. Nowakowska-Kempna I. Konceptualizacja uczuć w języku polskim. Warszawa: WSP, 1995. 272 s.
6. Nowakowska-Kempna I. Konstrukcje zdaniowe z leksykalnymi wykładnikami predykatów uczuć. Katowice: Uniwersytet Śląski, 1986. 338 s.
7. Tomczak K. Frazeologizmy nazywające strach w języku polskim. *Poradnik Językowy*. 1994. Z. 9. S. 26–33.
8. Tomczak K. Wyrażenia z leksemami strach i bać się we współczesnej polszczyźnie. *Semantyka i struktura wypowiedzi*. Pod red. R. Grzegorczykowej i Z. Zaron. Warszawa, 1997. S. 173–197.

Список джерел:

1. Boryś – Boryś W. Słownik etymologiczny języka polskiego. Kraków: Wydawnictwo Literackie, 2005. 864 s.
2. Brückner – Brückner A. Słownik etymologiczny języka polskiego. Warszawa: Wiedza Powszechna, 1970. 806 s.
3. ISJP – Inny słownik języka polskiego. Red. nacz. M. Bańko. Warszawa: PWN, 2000. T. 1–2.
4. MSZP – Mały słownik zaginionej polszczyzny. Red. naukowy F. Wysocka. Kraków: Wydawnictwo Lexis, 2003. 397 s.
5. NKJP – Narodowy korpus języka polskiego. URL: http:// http://nkjp.pl/ (дата звернення: 12.10.2023).
6. NKPP – Nowa księga przysłów polskich. Red. nacz. J. Krzyżanowski. Warszawa: PIW, 1969-1978. T. 1–4.
7. PSWP – Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny. Pod red. H. Zgółkowej. Poznań: Kurpisz, 1994–2004. T. 1–48.

8. SFJP – Słownik frazeologiczny języka polskiego. Pod red. S. Skorupki. Warszawa: Wiedza Powszechna, 1974. T. 1–2.
9. SGP – Słownik gwar polskich. Pod red. M. Karasia. Warszawa, Kraków, Gdańsk: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1982-1994. T. 1–5.
10. SJPSz – Słownik języka polskiego. Pod red. M. Szymczaka. Warszawa: PWN, 1995. T. 1–3.
11. Skaszub – Sychta B. Słownik gwar kaszubskich na tle kultury ludowej. Wrocław, Warszawa, Kraków: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1967–1976. T. 1–5.
12. SSG – Słownik syntaktyczno-generatywny czasowników polskich. Pod red. K. Polańskiego. Wrocław, Warszawa, Kraków, Gdańsk: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1980–1992. T. 1–5.
13. SWB – Słownik wyrazów bliskoznacznych. Redaktorzy D. Ludwiczak i in. Warszawa: Wiedza Powszechna. 2004. 480 s.
14. WSFJP – Müldner-Nieckowski P., Łukasz Müldner-Nieckowski Ł. Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego. Pomoc dla piszących. Warszawa: Wydawnictwo Aula, 2023. 1184 s.

Askerova I. A. REPRESENTATION OF THE EMOTIONAL EXPERIENCE OF FEAR IN THE POLISH LANGUAGE

The proposed article is dedicated to describing the linguistic features of representing the basic psychological phenomenon – fear – in the Polish linguistic worldview. Within the lexico-semantic field of emotion names, fear does not have a positively marked counterpart. A complex semantic-structural and linguo-cognitive analysis has been conducted, taking into account parameters such as primary/transferred meaning, secondary nature of emotion names, positive/negative marking, intensity, manifestation characteristics, cause, subject of experience, external expressions, and vegetative changes, among others. In the emotional lexicon, «strach» (fear) represents the direct, nominative core of the investigated micro-field. Typically, the motivation behind this term is the feeling of immediate, real danger. Another cause of this state is often associated with the anticipation of something unknown, the anticipation of something bad happening in the future. Fear is a powerful emotional experience, characteristic not only of humans but also of other living beings.

Linguistic facts confirm that in a state of fear, a person tries to stop the action of an undesirable factor on themselves, and to achieve this, they may hide, become unnoticed, or flee. External manifestations of this emotion include trembling and shivering of various body parts. Linguistic material vividly reflects vegetative changes in the body under the influence of fear. These changes include an increase in heart rate, a decrease in blood pressure, stomach pain, gastrointestinal disorders, etc. Physiological reactions also include stiffness and freezing. The heightened attention of speakers to the somatic characteristics of the state being studied can be explained by the nature of this emotion, which is characterized by strongly expressed physiological manifestations.

The lexeme "strach" (fear) is characterized by a wide lexical collocability. Reproduced figurative collocations indicate that in the linguistic worldview of Poles, fear is imagined as a rare or gaseous substance, coldness, a hostile creature antagonistic toward humans, a grain, food, illness, and more. The studied lexical unit is characterized by a high derivational potential and a wide range of derivatives.

Key words: *emotive vocabulary and phraseology, linguistic worldview, semantics, word-formation structure, lexico-semantic field, metaphor.*

РОМАНСЬКІ ТА ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

UDC 821.111'22
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/08

Badan A. A.
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

Dudnyk T. O.
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

NONVERBAL CUES ACROSS UKRAINIAN AND AUSTRIAN CULTURES: COMPARATIVE ANALYSIS

The article aims to compare the characteristics of nonverbal communication of Ukrainians and Austrians. The study is relevant because nonverbal communication plays a significant role in shaping interpersonal relationships and cultural interactions. The research focuses on interpretation of nonverbal cues as well as the cultural differences and similarities in the use of nonverbal cues such as facial expressions, gestures, eye contact, and personal space in both Ukrainian and Austrian cultures. The research methodology employed a multifaceted approach, combining a comprehensive literature review with real-world observations and in-depth interviews.

The results of the research shed light on differences and unexpected similarities in how Ukrainians and Austrians use nonverbal communication. These discoveries are viewed as academic observations which have important implications for interactions between people from different cultures. By uncovering these complexities, the study provides readers with a deep comprehension of the subtle signals that are easily overlooked but have a significant impact on how communication works.

The present study might be significant for exploring the already existent interconnected global society. As different cultures blend and intertwine, the skill to understand and honor nonverbal communication customs becomes essential, so the research provides a wide range of perspective study.

Furthermore, the paper enhances not only our academic understanding of nonverbal communication but also offers practical insights applicable in diverse situations. Understanding the intricate dynamics of gestures, expressions, and personal space equips individuals with valuable skills to navigate the complexities of our multicultural world effectively.

Key words: *nonverbal communication, nonverbal cues interpretation, cross-cultural communication, cultural differences, cultural similarities, Ukrainians, Austrians.*

Statement of the problem. Effective cross-cultural communication is essential for successful interpersonal and professional relationships in today's globalized society. However, recognizing and deciphering nonverbal signs is one of the major difficulties in cross-cultural communication [9, p. 211]. Human interactions heavily rely on nonverbal cues such body language, gestures, facial expressions, eye contact, and tone of voice. These nonverbal cues are greatly influenced by cultural differences, which can cause misunderstandings and misinterpretations between people from various cultural backgrounds.

The complicated interaction of cultural diversity, nonverbal communication, and its effects on successful cross-cultural encounters is the main focus of this research. The research specifically aims to address the following issues:

Cross-Cultural Communication Challenges: Different nonverbal communication patterns come from cultural variations. These variations frequently make it difficult to precisely comprehend gestures, emotions, and tones, which breaks down communication and prevents people from various cultures from understanding one another.

Impact on Interpersonal Relationships: Negative effects on interpersonal interactions might result from misinterpretations of nonverbal signs. People may unintentionally insult or misunderstand one another, which can cause conflict and stress and have a detrimental impact on both personal and professional relationships.

Need for Cultural Sensitivity: The need for people and organizations to become sensitive to and conscious of cultural differences is urgent. Fostering respect, trust, and successful communication in a variety of settings requires an understanding of the subtleties of nonverbal communication that are unique to other cultures.

Analysis of recent research and publications. The importance of comprehending the nuances of cross-cultural communication grows as our globally connected society develops [12, p. 114]. We begin an investigation of globalization and its profound impact on communication dynamics, exploring the fusion of several global cultures and their complex interactions. In the course of the present study, we have explored the rich historical and cultural variety of Austria and Ukraine, the two countries whose fascinating histories have had a big impact on the way they communicate and organize their societies. We have tried to learn how these factors interact critically and how they affect current global relationships by navigating through recent research and publications.

Paralinguistics is the part of communication outside of the words themselves like volume, speed, intonation of a voice along with gestures and other nonverbal cues [4, p. 36] which can be further broken down into the following categories [8, p. 121]:

- Gestures.
- Facial expressions.
- Eye contact.
- Kinesics or body language.
- Proxemics.

As Ma Tiechuan [21, p. 2] astutely pointed out, the realm of nonverbal communication is profoundly intertwined with culture, serving as a potent reflection of a society's values, norms, and intricacies. Cultural values and societal norms act as powerful guiding forces, molding the contours of nonverbal behaviours and dictating what is considered appropriate and acceptable within a specific cultural context. This profound influence is pervasive, touching every aspect of human interaction, from facial expressions and gestures to body language and proxemics [6, p. 168].

When we delve into the tapestry of nonverbal communication, we find that it mirrors the diversity of cultures across the globe. Every culture has its unique set of nonverbal cues, each laden with meaning and significance [19, p. 122]. A gesture that signifies approval in one culture might convey a completely different message in another. For instance, the simple act of eye contact can denote confidence and attentiveness in some cultures, while in others, it might be perceived as disrespectful or confrontational [5, p. 497].

We might use a variety of communication techniques, as well as adjustments in various contexts and interpersonal dynamics, to achieve successful communication [7, p. 25]. What could we do to succeed? There are several suggestions for it. Firstly, getting a knowledge of some kinds of cultures is the premise undoubtedly. Then it is reasonable to understand and accept each communication style in certain cultures with its meaning [11, p. 46]. Meanwhile, it is necessary for us to learn some intercultural communication skills and pay attention to our own communication styles. Therefore, if handled properly, cultural misunderstandings brought on by different communication approaches between cultures might be resolved [15, p. 182].

Understanding these cultural differences is becoming more crucial as globalization continues to link people from all over the world, as it facilitates effective communication and fruitful social interactions. Misunderstandings, disputes, and even offenses can result from a lack of awareness and respect for culturally specific nonverbal cues. However, when people take the time to understand and respect these cultural differences, it can result in more effective and peaceful relationships and communication.

The concept of "globalization" refers to the growth in connectedness and interdependence that trade and technology have brought about on a global scale. The ensuing societal and economic changes are also covered by the definition of globalization. According to Van der Marel [23, p. 4], globalization is commonly used interchangeably with modernization or Westernization. Given the enormous impact the United States has had on the rest of the globe in recent decades, cultures are not "frozen," but rather correlate with one another, which is more visible as the cost of time and space decreases.

The enormous flow of beliefs, customs, and values made possible by globalization eliminated international borders and increased people's sense of interconnectivity. However, as we go deeper into the world of global cultures, we discover that although it brings us closer together, globalization also emphasizes how crucial it is to preserve and honour the distinctive identities and customs that each culture has to offer.

The degree to which people value the needs of the individual over the needs of the collective is one way in which cultural differences can be observed. While some cultures place a higher value on group harmony and interdependence, others place a higher value on personal autonomy and individualism [18, p. 195]. These variations can be observed in how people

interact, choose their course of action, and build relationships. In today's globally interconnected world, understanding these cultural orientations is crucial for productive communication and teamwork.

In the present study we share Nan Leaptrott's theory [14, p. 268] of the three main global cultures: pluralistic/individualistic, tribalistic and collectivistic.

In the tribal cultures (e.g. Spain, Italy, South America, Africa, as well as Ireland and Ukraine!), the primary focal point of the individual, the structure through which one derives one's identity, is the family unit; to be more exact, a clan or an extended family. This is a close-knit group whose members are associated through heredity who have a shared historical perspective. Members feel a sense of connection to the past through ancestors and to the future through children. The family and its name and honor must be defended at all costs.

The collectivistic culture (mostly Asia) engages a much broader concept of group affiliation. This can be a town, a nation or a race. The individual finds identity through affiliation with the larger group. To maintain this group identity, it is important that the group foster homogeneity. It is important to the individual's identity that he or she is not singled out and that he or she is just like everyone else. It is frightening for those who go beyond or reject the group and look for something different or personal. They are nothing without the group.

The pluralistic culture (e.g. the US, Germany, Scandinavian contries) contains a variety of institutions or groups that provide social structure. One can find personal identity through family, religious affiliation, social group, business or political organization, most likely choosing a combination of these. In a pluralistic/individualistic society, individuals have to construct their own identity. Independence is the ultimate value, groups depend on the mutual consent of individuals, and conformity is neither demanded nor assumed.

Based on the above, Austria just like Germany, represents a pluralistic society. Its post-World War II rebuilding effort was marked by the adoption of a democratic constitution, but it was not without its challenges. Nazi ideology, minority representation issues, civil rights, and political corruption all posed obstacles to progress [13, p. 37]. Nevertheless, Austria managed to achieve impressive economic growth and development, becoming one of the top exporters in the world. Joining the European Union in 1995 further solidified Austria's position within the larger European community and promoted greater cooperation. Despite its current status as a stable and prosperous democracy, Austria still grapples with challenges such as immigration, xenophobia, and the rise of far-right politics.

Intriguing concerns concerning Ukraine's social structure are raised by Nan Leaptrott claim that the nation is an example of a tribalistic society [14, p. 268]. Although N.Leaptrott highlights the tribalistic component, in order to properly understand Ukraine's complex social structure, it is necessary to go further into its specifics.

A different perspective is offered by Borysenko's observation [3, p. 59], which emphasizes Ukraine's qualities as formerly individualistic society. Ukraine's history under the Soviet control calls on a separate study, though.

The change mentioned by Borysenko [3, p. 59], which took place following the collapse of the Soviet Union and the subsequent independence of Ukraine, was a turning point in the history of the country. This transformation had a significant influence on Ukraine's social dynamics in addition to catalyzing political and economic developments [10, p. 424]. The participants were encouraged to feel personal agency and self-expression by their increased independence, which exacerbated their already-present individualistic inclinations [20, p. 76].

The challenges that nations may encounter in advancing democratic values and eradicating the effects of totalitarianism, including the repression of free expression and cultural identity, are illustrated by the examples of Austria and Ukraine. But the development of democracy in these nations also serves as a reminder of the value of human rights and the capacity of democracy to advance liberty, equality, and justice. We can promote greater understanding and appreciation for the diversity of international cultures by acknowledging and respecting cultural differences in nonverbal communication.

The aim of the study is to investigate, interprit and compare the nonverbal communication patterns of Austrians and Ukrainians. The study attempts to offer thorough insights into how cultural influences affect nonverbal communication by delving into the subtle aspects of these cultural variability. The research was also supposed to identify the precise nonverbal cues that Ukrainians and Austrians implement and comprehend using a qualitative research methodology that includes techniques like observation and interviews. By addressing these problems, this study attempts to fill a gap in the literature and offer beneficial recommendations for improving the efficiency of cross-cultural communication. In the end, the study hopes to advance understanding of

cross-cultural communication and help professionals successfully negotiate the obstacles of nonverbal communication in many cultural situations.

The material of the article. Communication as a meaning generator falls apart into two distinct areas: verbal and nonverbal, both of which convey meaning and in most cases are interdependent: supporting, supplementing or contradicting each other [22, p. 14]. According to K. Betts, [2 p. 2] whose analysis is based on the Tubbs communication model [22, p. 14] and provides the list of message types as Verbal, Intentional Verbal, Unintentional Verbal, Nonverbal, Intentional Nonverbal, and Unintentional Nonverbal, stresses the importance of understanding the crucial role of nonverbal cues which affect all stages of communication, with meaning interpretation included.

The above author singles out visual, spatial and temporal cues. They are further subdivided into posture, facial expression, body gestures as Visual; use of touch to communicate as Haptics; how communicators dress and choose color and how they come across as physically appealing or negligent as Appearance; how they handle time (responsible, punctual or laid-back) as Chronemics [2, p. 3].

All of the listed above can be misleading to other culture representatives in the way they appear strange or unidentified in their own culture, as we may see further on in the present analysis of the two globally opposing Ukrainian and Austrian cultures.

Furthermore, it's important to bear in mind the role nonverbal communication plays in human interaction that claims 55% of face-to-face falls on nonverbal signals, while the rest falls on tone and words [16, p. 44].

However, the aforementioned features of any kind of communication, namely, verbal and nonverbal and the latter's fractions (visual, haptics or chronemics) do not cover the whole picture of messages behind them, for the difference across cultures may, again, interfere with the interpretation of the combined meaning of verbal and nonverbal cues. As was pointed out by J. Zhen, [24, p. 37] globalization has outlined much stricter requirements for those interacting internationally.

As cultural interaction becomes smoother and more transparent for both communicating parties due to their mutual penetration into their respective culture peculiarities, it is also acquiring some common international features in the course of economic and cultural globalization. This trend is in no way less significant to the domain of nonverbal communication [1]. Thus, among international gestures one can find 'thumbs up' and 'thumbs down' [25, p. 954]. Even more so are the Internet symbols of heart for 'love' that have brought cultures with crucial differences together.

In this respect the authors of the study of nonverbal cues in Emoticons [17, p. 343] identified their purpose as examining how cross-cultural differences influence people's use of Emoticons on Twitter and concluded that people within individualistic cultures (US, Western Europe) and collectivistic cultures (mostly Asian) cultures express their feelings in a different way: individualistic cultures are more direct and collectivistic are more constrained even in their use of emoticons. None-the-less, it is important not to overlook the other side of the coin, that of the common culture of using emoticons as global symbols of emotion expression which supports the idea of nonverbal communication becoming closer and more understandable with the spread of globalization.

However, interpretation of nonverbal cues across cultures may be quite misleading, for the combined set of meanings seems to be more complicated and even aggravated by the impact of different factors outside communication messages. To have a better insight into the problem, let's take a specific facial expression of a 'smirk' in English. The factors to be taken into account for its interpretation in a particular situation are quite numerous:

- The communicator's global culture (individualistic, tribalistic or collectivistic);
- The typical mode of behavior or tone of communication between the particular partners (i.e. formal/informal/nonchalant/friendly/hostile);
- The communicators' relations;
- The communicator's current state of mind or physical well-being;
- The status of each communicator;
- The general meaning of a smirk in each communicator's national culture;
- The communicator's previous experience of intercultural communication;
- The situational and social context of the interaction;
- The interaction length;
- The facial expression being intentional or unintentional;
- The communicators' personalities and temperament;
- The communicators' society layer, and the like.

On constants and variables.

The background for such an analysis might be complex and **manifold**, for each factor involved may change the whole picture of interpreting a particular nonverbal l message. The factors listed above

are viewed as **variables**, i.e. the typical friendly mode of communication between the sender and the receiver may turn into hostile right in the course of interaction due to another https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdSmcdZ03Uqpu0RYADBr0VFeungg-XVzOUvhAzFMaS-Z0R8eQ/viewform?pli=1, so the smirk must be interpreted as a detesting sign instead of the usual nonchalant laid-back attitude between commonly friendly communicators. Or the communicator's previous experience of intercultural communication may rapidly change within a short period of time to give way to a shift in their relationship. The variables may overlap very rapidly, interfere with each other under the changing situation, so that each communicator's state of mind may also change within seconds.

In contrast to the variables, **constants** are stable factors which do not change for a long period of time or don't change at all. Here belong global and national cultures and communicators' personalities with hereditary and inborn features and temperament. They inevitably merge with the variables in the course of communication and yield instant messages of both verbal and nonverbal communication. In this respect the meanings of nonverbal behaviour across cultures serve as a more stable background for the communication act interpretation.

Another challenge of the kind is to decipher to what extent the communicators of one global culture (say, tribalistic for Ukrainian) have undergone the adaptation as a result of their immersion into a globally opposing (in this study individualistic Austrian) culture. What variables in question would change? The typical communication mode/tone? The acquired status of a refugee? The communicator's previous experience? The answer is fairly positive and supported by the results of the present study, as one would see below.

The presented here study implies that the factors indicated are of crucial importance for the research of Ukrainian-Austrian nonverbal communication differences, since it was done by Ukrainian refugees during the Russian invasion to Ukraine in 2022 who found shelter in Austria and could speak at least English to conduct the survey and make observations.They found it was sometimes hard to decipher nonverbal clues not only due to the cultural differences but to some other factors, i.e. where the communicator originally comes from (a former compatriot would bear some features typical for his/her former national culture even though speaking English in a western European country).

A qualitative research methodology was used in the course of this study to gain a more detailed and thorough understanding of Austrian non-verbal communication patterns. Semi-structured interviews were held with two different participant groups: native Austrians and Ukrainians who had lived in Austria for a considerable amount of time, giving them the chance to integrate into the local cultural setting. These interviews were purposefully conducted in order to obtain in-depth information about the subtle aspects of nonverbal communication as they were encountered and used in the Austrian sociocultural context.

To offer an accurate viewpoint on traditional non-verbal communication methods within the Austrian cultural setting, native Austrian participants who represent the indigenous cultural group were selected. Their observations were crucial in defining the rules and customs that regulate nonverbal conduct in the Austrian culture.

Participants in the interviews selected for this study remarked that Austrians are seen as trustworthy as well as punctual; and these qualities are highly regarded in their society. This may be explained by the value put on efficiency and punctuality in Austrian culture, which is mirrored in the way they communicate. Austrians pride themselves on their timeliness and expect the same from others in various aspects of life, including work, social events, and everyday interactions.

While Austrians may engage in humor, it is primarily expressed through jokes and laughter rather than specific nonverbal cues. Silence during conversations, especially with strangers, might be perceived as awkward, but this discomfort fades as relationships deepen.

Additionally, online communication etiquette varies among individuals, with work-related messages often experiencing delays compared to responses to friends' messages.

In Austria, greetings are important. Handshakes are common and should be firm, with an eye contact and a smile. Nods and waves can also be used. Polite nonverbal gestures include smiling, nodding, using hand gestures, and bowing slightly. Impolite gestures like avoiding eye contact, frowning, shaking your head, using aggressive hand gestures, or walking away mid-conversation are not welcome.

In contrast, the group of Ukrainian participants who had acclimated to the Austrian environment through prolonged stays offered a unique perspective. These individuals were deemed particularly valuable due to their dual cultural competence, having navigated both their native Ukrainian cultural communication norms and the distinct practices encountered during their time in Austria.

It was noted that in the Ukrainian culture maintaining direct eye contact is considered a positive trait associated with trustworthiness. However, prolonged staring is considered impolite and should be avoided. Meanwhile, eye contact is highly valued in Austrian culture and is seen as a way of establishing a personal connection and building trust. It is also believed to convey honesty and sincerity.

According to cultural standards, it has been discovered that Ukrainians frequently display reserved body language and refrain from speaking loudly in front of others. This stands in stark contrast to Austrian behaviors, which is typically seen as being more vocal and lively in public settings.

It was observed that Ukrainians tend to stand closer to their interlocutors while Austrians prefer a distance of at least an arm's length. Unless one is having an intimate conversation, any closer than arm's length may be interpreted as an infringement of one's personal space.

One notable aspect of nonverbal communication in Austria is the frequency of smiling, especially towards strangers. Austrians are generally known for their friendly and approachable demeanor, often expressing warmth through smiles. Smiling at strangers is a common way to acknowledge others and create a positive atmosphere, indicating friendliness and openness. On the other hand, despite smiling less frequently, Ukrainians were seen as being more sincere and authentic. This perception might be influenced by the cultural importance Ukrainian society places on sincerity and authenticity.

The study also revealed that Austrians and Ukrainians interact and greet one another differently. No matter their gender, men and women commonly shake hands as a greeting in Austrian culture. This reflects the nation's emphasis on gender equality and pluralistic outlook.

In contrast, greetings are traditionally gender-based in Ukrainian culture. Women may nod, smile, or extend a slight curtsy as a form of greeting, whereas men typically shake hands with other men. These conventional gender roles, however, might be changing as Ukraine continues to move towards a more inclusive and diverse society.

This observation might be a reflection of the traditional gender roles and expectations in the Ukrainian society, where it is typically assumed that men will be stoic and restrained in their emotional expression. Ukrainian men may feel pressure to conform to stricter gender norms and maintain a greater sense of physical distance from other men, whereas Ukrainian women may feel more at ease with a physical touch and emotional expressions.

Despite the contrasting nonverbal communication norms between Ukrainian and Austrian cultures, the respondents reported a seamless integration experience without any notable issues or misunderstandings with the local population.

Conclusions. Effective cross-cultural communication is a crucial ability in our linked global world. The nuances of nonverbal communication, which include gestures and facial expressions, have a considerable impact on how messages are received and comprehended across different cultures.

However, it is important to learn to properly interpret the non-verbal cues taking into account both constant and variable factors that may substantially impact the signals sent through them which can be the subject of complex separate research.

As an example of a tribalistic culture, Ukraine provides a distinctive insight into cultural processes. Its customs and values, which have their roots in tribal origin, have a unique impact on ways of communicating. In contrast, Austrians approach communication with openness and acceptance because of their country's long history of plurality. Their emphasis on directness, which is demonstrated by maintaining eye contact, improves their standing as reliable and prompt.

Ukrainians, amidst a societal shift towards inclusivity, place a premium on sincerity and authenticity. While their smiles may be less frequent, the sincerity in their expressions reflects a commitment to genuine communication. This transition mirrors broader changes in Ukrainian society, emphasizing honesty and directness in their interactions.

Navigating this intricate tapestry of cultural nuances requires profound cultural sensitivity. With the expanding reach of pluralism, adapting communication methods becomes paramount. By keenly observing and respecting nonverbal cues, individuals can bridge cultural gaps and build meaningful connections. Addressing personal biases is equally crucial, enabling the development of a truly inclusive perspective.

Whereas gestures and facial expressions are slightly different in the cultures under the study, the sense of time and punctuality might be crucially opposing.

In essence, fostering effective cross-cultural communication hinges on profound cultural awareness. This awareness, combined with adaptability and respect, nurtures lasting relationships and deepens our global understanding. As our world continues to intertwine, the ability to comprehend and embrace diverse cultural perspectives remains fundamental to harmonious global interactions.

Bibliography:

1. Badan A. Cultural globalization in terms of non-verbal communication.//Proceedings of the 1-st scientific-practical conference "Actual problems of social changes in the society of change", Kharkiv, Ukraine, 2023. – P. 176–179.
2. Betts K. Lost in translation: Importance of effective communication in online education. Online Journal of Distance Learning Administration, 2009. 7 p.
3. Borysenko L. Ukrainian culture: individualism or collectivism? 2017, 59 p.
4. Bowman J. M. Nonverbal communication: An applied approach. Sage Publications, 2020. 36 p.
5. Crivelli C., & Gendron, M. Facial expressions and emotions in indigenous societies. In J.-M. Fernández-Dols & J. A. Russell (Eds.), The science of facial expression. Oxford University Press, 2017. 497 p.
6. Crivelli C., Fridlund A. J. Inside-out: From basic emotions theory to the behavioral ecology view. Journal of Nonverbal Behavior, 2019. 161–194 p.
7. DeFleur M. H. Fundamentals of human communication. New York: Mc Graw Hill. New York, NY: McGraw-Hill Companies, Inc. 2014. 25 p.
8. Frank M. G., Solbu A. Nonverbal communication: Evolution and today. Social intelligence and nonverbal communication, 2020. 119–162 p.
9. Jandt F. E. An introduction to intercultural communication: Identities in a global community. Sage Publications, 2017. 211 p.
10. Kasianov G. Memory Crash: Politics of History in and around Ukraine, 1980s–2010s. Central European University Press, 2022. 424 p.
11. Kitchen P. J., Daly F. Internal communication during change management. Corporate Communications: an international journal, 2002. P. 46–53.
12. Kito M., Yuki M., Thomson R. Relational mobility and close relationships: A socioecological approach to explain cross-cultural differences. Personal Relationships, 2017. P. 114–1.
13. Kustra-Rogatka A. et al. The Kelsenian model of constitutional review in times of European integration–reconsidering the basic features. International and Comparative Law Review. 2019. P. 7–37.
14. Leaptrott, N. Rules of The Game: Global Business Protocol. Thomson Executive Press, a Division of South-Western College Publishing, 1996. 268 p.
15. Lustig M. W., Koester J. Intercultural competence: Interpersonal communication across cultures. Pearson, 2010. 182 p.
16. Mehrabian A. Silent messages: implicit communication of emotions and attitudes, Wadsworth Pub. Co., Belmont, Calif., 1081, 1971. P. 43–44.
17. Park J., Baek Y. M., Cha M. Cross-cultural comparison of nonverbal cues in emoticons on Twitter: Evidence from big data analysis. Journal of communication, 2014. P. 333–354.
18. Peng Y. Are we becoming part of a global culture? Journal of Education, Humanities and Social Sciences, 202 3 P. 195–201.
19. Shay R. Cross-Cultural Understanding of the Global Multicultural Tourism Workforce: The Case of Israel (Eilat) and Jordan (Aqaba). Tourism Planning and Development in the Middle East, 2022. P. 111–125.
20. Skvorets V. Theory of Social Change in Post-Soviet Ukrainian Society. Newsletter on The Results of Scholarly Work, 2023. P. 76–93.
21. Tiechuan M. A study on nonverbal communication in cross-culture. Asian Journal of Humanities and Social Sciences (AJHSS), 201.6. P. 1–6.
22. Tubbs, S., & Moss, S. Human Communication: Principles and Contexts. New York, NY: McGraw Hill, 2006. 14 p.
23. Van der Marcel E. Globalisation isn't in Decline: Its Changing. European Centre for International Political Economy, 2020. 1–10 p.
24. Zheng J., Nonverbal Differences in Intercultural Communication, Education Teaching Forum, № 28. 2018. 37 p.
25. Zhang M. Research on cross-cultural differences in nonverbal communication between America and China. 2021 5th International Seminar on Education, Management and Social Sciences (ISEMSS 2021). Atlantis Press, 2021. P. 954–957.

Бадан А. А., Дудник Т. О. НЕВЕРБАЛЬНІ СИГНАЛИ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АВСТРІЙСЬКІЙ КУЛЬТУРАХ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Метою статті є порівняння особливостей невербальної комунікації українців та австрійців. Дослідження є актуальним, оскільки невербальна комунікація відіграє значну роль у формуванні міжособистісних стосунків і культурних взаємодій. Дослідження зосереджено на виявленні культурних

відмінностей і подібностей у використанні невербальних сигналів, таких як міміка, жести, зоровий контакт і особистий простір в українській та австрійській культурах.

Методологія дослідження застосовувала багатогранний підхід, поєднуючи комплексний огляд літератури з реальними спостереженнями та глибинними інтерв'ю.

Результати дослідження висвітлюють відмінності та несподівані схожості в невербальній комунікації між українцями та австрійцями. Наявні академічні спостереження мають важливий вплив на взаємодію між представниками різних культур. Розкриваючи ці відмінності, дослідження допомагає читачам глибше зрозуміти сигнали, які можна легко не помітити, але вони відіграють суттєву роль у процесах комунікації.

Це дослідження має величезне значення для нашого взаємопов'язаного глобального суспільства. Оскільки різні культури змішуються та переплітаються, уміння розуміти та шанувати звичаї невербального спілкування стає важливим, відтак наявне дослідження надає непересічні перспективи.

Загалом стаття не тільки розширює суто академічне розуміння невербальної комунікації, але й пропонує конкретні ідеї для її інтерпретації. Розуміння складної взаємодії жестів, виразів обличчя та особистого простору дає людям корисні навички для успішного взаємодії в сучасному багатокультурному світі.

Ключові слова: *невербальна комунікація, інтерпретація невербальних сигналів, міжкультурна комунікація, культурні відмінності, культурні подібності, українці, австрійці.*

УДК 004.77:811.111:304.3+055.2
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/09

Заболотська О. О.
Херсонський державний університет

Заболотська О. В.
кандидат філологічних наук, доцент

ОБРАЗ СУЧАСНОЇ ЖІНКИ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

Сьогодні важко уявити наше життя без звернення до медіапростору, котрий насичений не тільки корисною, але й фейковою інформацією. Стаття висвітлює саме домінуючий вплив візуальної масової продукції на комунікативний процес та засоби його реалізації, що є основною засадою формування медіареальності. Наразі конструктами соціальної дійсності у візуальному вимірі виступають окрім демотиваційних постерів та мемів також відео-ролики з соціальною та гендерною проблематикою, блоги у соціальних мережах, креолізовані тексти кінодискурсу та пісенного дискурсу. У статті розкрито, що означені засоби віртуальної комунікації впливають на сприйняття реальності споживачами медіапростору та формують нові тенденції їх мислення. З'ясовано, що під впливом візуальної медіакомунікації у Інтернет-споживачів формується нове образне мислення, яке стирає існуючи соціальні та культурні стереотипи, змінює ціннісні орієнтири та ставлення до життя та людей: змінюється ставлення до жінок, чоловіків, їх ролей у суспільстві та родині. Засобами ретроспективного аналізу наукових джерел доведено, що образ жінки в сучасному світі широко висвітлюється у медіапросторі і зацікавленість цією темою зростає зі зміною статусу жінки у суспільстві. Розкрито, що увагу сучасних дослідників привертає образ «нової жінки» з активною життєвою позицією, високим інтелектуальним рівнем, мужнім характером, прагненням духовного вдосконалення. Мета статті – визначити особливості репрезентації образу сучасної жінки у контексті англійськомовної медіареальності. Визначено, шляхом інтерпретаційно-текстового та концептуального аналізу англійськомовного медіапростору, основні концептуальні домінанти (МАТИ, ДРУЖИНА, СЕКСУАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ, СПОКУСНИЦЯ, ТВОРЕЦЬ, САМІСТЬ, СВОБОДА), за допомогою яких осмислюється образ сучасної жінки. Впевнена в собі, незалежна, вона воліє відстоювати права інших жінок, духовно самовдосконалюватися, нести добро та життєстверджуючу силу. З'ясовано, що образ мілітарної жінки та супержінки, яка є взірцем відваги, національної свідомості, рішучості та сили, жінки-борця, котра здатна врятувати світ або змінити його, також формується у сучасному медіапросторі.

Ключові слова: *медіапростір, концептуальна домінанта, креолізований текст, образ сучасної жінки.*

Постановка проблеми. Образ жінки постає ключовим у соціологічних та лінгвістичних розвідках вітчизняних та зарубіжних учених початку XXI століття, оскільки гендерна проблематика та гендерна асиметрія – нерівномірність, що полягає у більшій представленості у мові осіб чоловічої статі, не втрачає своєї актуальності. Так, наразі досліджено особливості лексико-семантичної структури концептів «чоловік» і «жінка» в українській та англійській мовних картинах світу (О. Бондаренко); лінгвокультурні концепти «чоловік» і «жінка» у когнітивно-прагматичному вимірі на матеріалі британських прислів'їв (Ю. Абрамова); мовностилістичні засоби творення гендерних образів молоді за матеріалами друкованих мас-медіа (В. Слінчук); особливості концепту «жінка», її соціокультурні ролі та стереотипи, які розкриваються в німецьких побутових анекдотах (Я. Каліна); метафоричні номінативні значення концепту «жінка» в українській лінгвістичній культурі (Т. Сукаленко). Найбільш цікавий об'єкт для сучасних досліджень – образ «нової жінки», що вийшов за межі традиційної фемінності та окрім гарної зовнішності, вдалого сімейного життя, включає в собі такі риси, як: активна життєва позиція, високий інтелектуальний рівень, рішучість та мужність характеру, прагнення духовного вдосконалення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значну увагу вчених привертають структурні характеристики концепту ЖІНКА та метафоричні моделі осмислення образу жінки. Зокрема, Т. Сукаленко розглядає концепт ЖІНКА як «багатомірне культурно-значуще соціопсихологічне утворення в колективній свідомості, опредметнене в мовній формі» [2] та у структурі цього концепту виділяє п'ять мікроконцептів, кожен з яких містить відповідні концептуальні аспекти: «Зовнішні характеристики» («Зовнішність», «Одяг»); «Фізичні характеристики» («Здоров'я», «Фізична сила»); «Біологічні характеристики» («Вік жінки»); «Внутрішні характеристики» («Морально-етичні якості», «Емоційно-психологічні характеристики», «Інтелектуальні якості»); «Соціальні характеристики» («Сімейний стан», «Реляційні характеристики, що виявляються у ставленні до чоловіка/ родини/ дітей/ інших людей», «Соціально-сексуальні характеристики») [1].

У царині пісенного дискурсу образ жінки переважно осмислюється як супутниця чоловіка, його друга половинка; як мучениця, страждальниця; як сильна незалежна особистість, і як фатальна красуня, котра метафорично порівнюється із зооморфними образами: курчам, ведмежам, кішкою, пташкою.

У площині дискурсу маркетингу, репрезентованого продукцією англійськомовних компаній молодіжного одягу (*Zara, Mango, H&M, Pull&Bear, Bershka, Stradivarius, Sinsay, Collins, Asos, Forever21, Mohito, Reserved*), образ жінки моделюється у вигляді матриці 5 основних доменів: *Зовнішність, Внутрішні якості, Емоційний стан, Інтереси, Соціальний статус* [1].

Домен *Зовнішність* у креолізованих текстах дискурсу маркетингу актуалізується переважно за допомогою прикметників з інтегральною семою «красивий», адже приваблива зовнішність – це ключ для успішного життя. Культ зовнішності та заохочення звичайних жінок бути схожими на Барбі, випромінювати енергію досконалості, має глобалізований характер останні десятиліття завдяки Інтернет простору та «інстаграмним» ідеалам краси. Типізовані образні парадигми з залученням зооморфних та фітоморфних образів (жінка – птах, жінка – рослина, жінка – тварина) охоплюють широкий смисловий діапазон образної репрезентації у межах цього домену [1].

Слоти домену *Внутрішні якості* заповнено номінативними одиницями, які надають емоційно-психологічні характеристики жінці як витонченій, талановитій, креативній, але досить складній особистості, вказують на її морально-етичні якості, часто порівнюючи її характер з дикою, шаленою, неприборканою природою хижої тварини або підкреслюючи її темну сторону за допомогою образів Дісней та відомих казкових лиходійок: Злої Королеви з «Білосніжки», Маліфісенти, відьми Урсули з «Русалоньки» та Стервели з «101 далматинця». Така жінка має жагу до ризику та лякає своєю впевненістю, хоча вміє залишатися чарівною та мрійливою особистістю одночасно [1].

У межах домену *Емоційний стан* образ жінки представлено іменниками *psycho, drama queen, hysteria*, що свідчать про дратівливість та нестабільний емоційний стан представниць прекрасної статі. Жінки радше схильні до виливу драматичних емоцій та прояву істерики і неврівноваженої поведінки, оскільки люблять перебільшувати, болісно реагувати на дрібниці, створювати проблеми та суперечки.

Домен *Інтереси* акцентує увагу на широкому колі хобі сучасної жінки, яка не приймає традиційне гендерне захоплення лише хатніми справами та кулінарними шедеврами, а віддає перевагу іншим видам урізноманітнення свого дозвілля: спорт та здоровий спосіб життя, подорожі, перегляд кінофільмів, шопінг та мода, смачна їжа, блогінг та соціальні мережі. Сучасна жінка опікуються довкіллям, піклуються про домашніх тварин, проводять час з друзями, подорожує та відкриває нові горизонти.

Домен *Соціальний статус* містить такі моделі конструювання гендерної ідентичності жінки, які відбивають актуальні соціокультурні тенденції: Барбі, Попелюшка, Жінка-стерва, Супержінка, Феміністка, Берегиня, Мілітарна жінка, Косможінка. Означені моделі дозволили вилучити основні концептуальні метафори, що структурують образний простір концепту ЖІНКА у креолізованих текстах дискурсу маркетингу (ЖІНКА Є ЛЯЛЬКА, ЖІНКА Є ПРИНЦЕСА, ЖІНКА Є ГЕРОЙ, ЖІНКА Є БОРЕЦЬ, ЖІНКА Є БЕРЕГИНЯ, ЖІНКА Є РУПОР, ЖІНКА Є ТВОРЕЦЬ).

В англійськомовних демотиваційних постерах концепт ЖІНКА досліджено за такими ж критеріями, що і у креолізованих текстах дискурсу маркетингу, що свідчить про схожі тенденції осмислення образу жінки у контексті медіареальності сучасності. Проте аналіз мовного матеріалу показав, що у демотиваторах образ жінки носить більш іронічний характер, а об'єктом іронії постають зовнішність та характер жінки, її дивакувата поведінка у міжособистісних стосунках з чоловіками та одна з одною, «особлива» жіноча логіка

та розумові здібності, гендерні стереотипні ролі у сім'ї та суспільстві.

В образному просторі концепту ЖІНКА на матеріалі демотиваційних постерів Інтернет-дискурсу узагальнене сприйняття жіночої статі реалізується за допомогою уподібнення її представниць таким концептуальним сутностям: ПРИНЦЕСА, ВОЇН, СУПЕРГЕРОЙНЯ, ЗЛОДІЙКА, ДИЯВОЛ, ЯНГОЛ; ІНДИВІДУАЛЬНІСТЬ, СИЛА, ТАЄМНИЦЯ.

Ретроспективний аналіз наукових джерел з даної проблеми доводить актуальність обраної нами розвідки, зацікавленість якою зростає зі зміною статусу жінки у суспільстві.

Метою статті є – визначити особливості репрезентації образу сучасної жінки у контексті англійськомовної медіареальності.

Виклад основного матеріалу. З часів революційного маніфесту Синтії Ніксон у 2020 році про нав'язані стандарти жіночої краси та вимоги соціуму до жінок загалом, останні почали ще більш відверто заявляти про свою унікальність, природність та свободу вибору. У трьоххвилинному відео-роліку *"Be a lady they said"* американська акторка, політична діячка та активістка нетрадиційної орієнтації показала суперечливість образу жінки та його переосмислення у сучасному світі. Ідея про те, що жінки підлягають постійній критиці та втрачають власну особистість у гонитві за примарними ідеалами, настільки вразила суспільство, що це відео-звернення стала одразу вірусним та розлетілося на цитації. Текстова складова доповнена відеорядом із зображенням різних типів жінок, їх поведінки, що відповідає загальному меседжу та разом з музичним модусом створює динаміку та напружену атмосферу.

У лінгвістичному плані переважна частина тексту побудована за допомогою використання імперативних синтаксичних конструкцій, про що свідчить і сама назва креолізованого тексту, котра неодноразово вживається протягом відео та створює своєрідну рамкову композицію на текстовому рівні. Значна кількість цих конструкцій є негативними, адже у своїй структурі мають *do+not+infinitive*, що дозволяє по-різному визначити прагматичне спрямування цього креолізованого тексту: від надання поради жінкам до категоричної критики на їх адресу. В першу чергу, це стосується зовнішнього вигляду жінку та тих обмежень, які суспільство вигадало для них: стереотипне уявлення про те, що жінка відверто одягнена викликає бажання у чоловіків, проте скромність жінки вони теж не заохочують, стало основною думкою першого фрагменту. Слід відмітити, що усі висловлення побудовані також за принципом контрасту та опозицій, що безпосередньо вказує на суб'єктивне ставлення до жінок та їх тіла, а також заплутаність думок самих жінок у розумінні себе як особистості: *"Cover up. Leave something to the imagination. Dress modestly. // Loosen up. Show some skin. Look sexy"* [5]. Лексичні одиниці з протилежним семантичним наповненням використовуються у кожному наступному реченні аби підкреслити ідею про те, що жінку постійно будуть цькувати за її дії, якими б вони не були: *"Look hot. Don't be so provocative….You're too dressed up. You're too dress down"* [5]. Семантичний та інтерпретаційно-текстовий аналіз першого відео-фрагменту дозволив виокремити концептуальну метафору ЖІНКА Є СПОКУСНИЦЯ, де концепт СПОКУСНИЦЯ есплікується іменником *temptress* та імплікується у значенні прикметників *hot, sexy, provocative*.

У другому фрагменті в саркастичній манері оцінюється тіло жінки та її харчові звички, адже жінка повинна харчуватися лише здоровою їжею, бути не занадто худою, та не мати зайвої ваги насамперед. Цікавою є думка, що все це жінка повинна робити виключно аби подобатися чоловікам, тобто навіть тіло жінки не належить їй самій та залежить від поціновувачів жіночої краси: *"Don't be too fat. Don't be too thin. Don't be too large. Don't be too small. Eat up. Slim down…. You have to fit into those jeans. God, you look like a skeleton….Eat burger. Men like women with some meat on their bones… Be feminine. Be a size zero. Be a double zero. Be nothing. Be less than nothing"* [5]. Останні імперативні конструкції імплікують думку про втрату своєї цінності жінкою та власного Я, що інтенсифікується вживанням числівника *zero* та займенника *nothing*. На візуальному рівні це відтворено за допомогою призупинення серцебиття на екрані, що фактично вказує на моральну смерть жіночої особистості, яка не має свободи вибору. Після цього висловлення відео стає більш динамічнішим та відвертим завдяки музичному та візуальному супроводу.

Нав'язані медіа еталони краси обмежують жінку в її природності і вона почуває себе некомфортно, невпевнено, адже повинна постійно позбавлятися зайвого волосся на тілі (*"Remove your body hair. Shave your legs. Shave your armpits. Shave your bikini line. Wax your face. Wax your arms. Wax your eyebrows. Get rid of your moustache"* [3]), контролювати вікові зміни (*"Cover your stretch marks. Plump your lips. Botox your wrinkles. Lift*

your face. Tuck your tummy. Perk up your boobs"; "Dye your hair. You're going grey. You look so old. Look young. Look youthful. Look ageless. Don't get old. Women don't get old. Old is ugly. Men don't like ugly"[5]), і все ж для того аби не втратити прихильність чоловіків. У такий спосіб жінка описується лише як привабливий сексуальний об'єкт, про що йде мова далі у відео: *"Be pure. Be virginal. Don't flirt. Don't be a whore. Don't sleep around. Don't lose dignity. Don't have sex with too many men. Men don't like sluts"* [5]. Інтерпретаційно-текстовий аналіз поданого уривку та семантичний аналіз лексем *flirt, whore, sex, slut* уможливлює вилучення концептуальної метафори ЖІНКА Є СЕКСУАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ. У чоловічому світі усі грають за їх правилами, тож жінка повинна слідувати настановам моралі, встановленим чоловіками, якими б несумісним з реальністю вони не були: *"Don't be a prude. Have a little fun. Smile more. Pleasure men. Be experienced. Be sexual. Be innocent. Be dirty. Be virginal. Be sexy. Be a cool girl"* [5].

Не оминула увагою спікерка і традиційні гендерні ролі жінки у подружньому житті: *"Fold his clothes. Cook his dinner. Keep him happy. That's a woman job. You'll make a good wife someday. Take his last name. You hyphenated your name? Crazy feminist. Give him children. You don't want children? You will someday. You will change your mind"* [5]. Об'єктивація у наведеному відео-фрагменті концептуальних метафор ЖІНКА Є ДРУЖИНА та ЖІНКА Є МАТИ відбувається за рахунок вживання лексичних одиниць *wife, last name, children* та переліку типових хатніх обов'язків кожної жінки.

Отже, аналіз мовної складової цього відеороліку показав усталені уявлення про жінку та її роль у суспільстві, а також змусив представниць прекрасної статі замислитися чи готові вони продовжувати бути покірними іграшками у руках патріархального світу, чи вони з гордістю відстоюватимуть своє Я, свою унікальну особистість та жіночність.

Згодом у 2023 році відома поп-виконавиця Майлі Сайрус випустила музичний трек *"Flowers"* присвячений розставанню зі своїм коханим. Хоча, на перший погляд, пісня має суто романтичний характер, більшістю жінок вона була сприйнята як своєрідний маніфест любові до себе та реалізації своєї самоцінності: *"I can buy myself flowers/ Write my name in the sand/ Talk to myself for hours/ Say things you don't understand / I can take myself dancing/ And I can hold my own hand / Yeah, I can love me better than you can"* [4]. Концептуальною домінантою поданого пісенного тексту виступає концепт САМІСТЬ, що реалізується за допомогою вживання займенників *I, myself, my, me,own.* У такий спосіб співачка рішуче заявляє, що жоден чоловік не здатен замінити жінці її власну неповторну особистість, і що у стосунках важливо не втрачати себе та не розмінювати свої принципи на чоловічі знаки уваги. Спокусливий образ, в якому постає Майлі у відеоряді пісенного тексту, ламає стереотипне уявлення про те, що жінка повинна виглядати привабливо лише для чоловіків та закликає жінок залишатися вабливою для самої себе з власного бажання, а не заради когось. У такий спосіб категоричне «ні» проти критики жінок та зневажливого ставлення до їх прав, про яке маніфестувала Синтія Ніксон у своєму провокаційному відео, еволюціонує у гімн поваги та любові до своєї жіночої природи.

Схожим чином відбувається модуляція образу жінки у соціальних мережах, де переважає феміністичне розуміння жіночої сутності як незалежної сильної особистості, що сама обирає шляхи розвитку свого життя, духовного пошуку та категорії щасливого буття. Так, значна кількість інфлюенсерок як в Україні, так і в англійськомовному Інстаграм – це молоді амбітні персоналії, котрі мають родину, власний бізнес, до того ж, не втрачаючи прагнення до духовного вдосконалення. Це доводить, що жінка давно вийшла за межі традиційного сприйняття свого призначення як матері, дружини та кар'єристки. Зокрема, в медіапросторі соціальних мереж все частіше зустрічаються більш прогресивні погляди на жінку як вмістилище фемінної енергії та творця прекрасного: *"I am not ready to be a mom. And yes, I am close to turning 36. According to our Latin culture, I am old! But what they fail to see is this: I'm prioritizing the healing of past trauma and spiritual wounds so I don't pass that weight on to future generations. I'm fighting the pressure of our culture and allowing myself to decide when, or if, I'm ready to be a mother. It doesn't make me less of a woman. It doesn't make my uterus useless. It simply means I've chosen to look at life from a different perspective. It is OK. When, if or how we become mothers is OUR decision. Our womb. Our creative energy. This energy can be used and applied to different moments, phases and projects in our lives where we get to CREATE. Nurture. I've began to establish healing relationship with my body and spirit that go beyond motherhood. Letting go of that pressure brings me tranquility… space to be, heal, grow"* [4].

Блогерка Valeria Hinojosa (@waterthruskin) у своєму пості проголошує відвертий погляд багатьох сучасних жінок на материнство та готов-

ність до нього. Небажання жінки мати дитину не робить її менш цінною або корисною для суспільства, врешті-решт це лише її вибір. З роками суспільний тиск на жінок зменшився і вони більш вільно почувають себе у питаннях створення родини та наслідування традиційних цінностей сім'ї. Семантичний аналіз дієслів *create, nurture, grow* у поданому прикладі Інстаграм-посту та його інтепретаційно-текстовий аналіз дозволяють реконструювати концептуальну метафору ЖІНКА Є ТВОРЕЦЬ, адже енергія народження нового життя може сублімуватися у різні види творчої діяльності та зцілення її вільного духу [6].

В іншому Інтернет-пості інфлуенсерка якраз перераховує ті соціальні ролі, які вона приміряє на себе протягом життя: *"You can allow yourself to create a life with many different roles without feeling ashamed of the infinite amplitude of your soul. Entrepreneur. Herbalist. Public speaker. Nature lover. Healer in the process of healer. Wife. Soul confidant. Sister. Aunt. Daughter. Step daughter. Content creator. Free spirit. Fierce. Vulnerable. By allowing our hearts to navigate with freedom and by not limiting ourselves to one single role, we get to discover what truly makes us blossom"* [3]. Поряд з типовими сімейними ролями та професійним аспектом розвитку особистості зустрічаються і суттєві характеристики сучасної жінки: вільна, вразлива та шалена. Лексичні одиниці *free* та *freedom* експлікують концепт СВОБОДА, у термінах якого осмислюється концепт ЖІНКА у поданому контексті: ЖІНКА Є СВОБОДА. Цей найважливіший постулат сьогодення лунає у промовах різних діячів, але лише жінка на власному прикладі може зрозуміти як обмеження та відсутність свободи впливає на її розквіт та внутрішнє сяйво.

Нещодавно увесь світ поглинула «рожева» лихоманка після появи у кінотеатрах довгоочікуваної прем'єри кінофільму *"Barbie"*, який суспільством був сприйнятий як занадто феміністичний. Хоча в багатьох аспектах кінострічка носить розважальний та комедійний характер та вплинула на глядачів усіх вікових категорій як нестримний поштовх додати чогось рожевого як у відомої білявки до свого гардеробу, медіа заполонили і дискусійні батли з приводу фемінізму, так старанно прихованого під іронією та сміхом. Вже на початку кінотексту, у першій сцені, зображено своєрідний феміністичний протест, коли дівчата гралися маленькими пупсами та вживалися у роль матері і як вони почали розбивати цих ляльок з появою чарівної струнки Барбі: *"Since the beginning of time, since the first little girl ever appeared, there have been dolls. But the girls were always and forever baby dolls. The girls who played with them could only ever play at being mothers. Which can be fun at least for a while, anyway. Ask your mother. This continued until…Yes, Barbie changed everything. Then she changed it all again. All of these women are Barbie and Barbie is all of these women. She might have started out as just a lady in a bathing suit, but she become so much more. She has her own money, her own house, her own car, her own career. Because Barbie can be anything, women can be anything. And this has been reflected back onto the little girls of today in the Real world. Girls can grow into women who can achieve everything and anything they set their mind to. Thanks to Barbie all problems of feminism and equal rights have been solved"* [3]. Так, інтерпретаційно-текстовий аналіз цього уривку дозволяє вилучити базову концептуальну метафору ЖІНКА Є МАТИ, адже саме таке уявлення про свою гендерну роль отримує кожна дівчинка змалечку. Поява Барбі змінила ставлення жінок до самих себе, адже з'явився новий тип жінок, котрі за своєю зовнішньою досконалістю схожі на ляльок і не слідують загальноприйнятим стандартам, за якими кожна жінка має бути лише матір'ю і не має права на власні досягнення, кар'єру, гроші. Цікавим у цьому плані є опис однієї з подруг Барбі Мідж: *"Midge was Barbie's pregnant friend. Let's not show Midge actually. She was discontinued by Mattel because a pregnant doll is just too weird"* [3]. Якщо у форматі сучасного суспільства, де молоді жінки, які не створюють родини і не народжують дітей, підлягають нищівній критиці, у нереальному світі Барбі небажаною та дивною навпаки вважається вагітна лялька, таким чином показано, що дискримінації та засудження може зазнати будь-яка жінка лише за свій особистий вибір.

У кінострічці зображено ідеалізований світ Барбіленд, так звану феміністичну утопію, оскільки жінки різного кольору шкіри та можливостей мають змогу реалізувати свою унікальну особистість та бути голосом свого покоління: *"You're the voice of our generation"*[3]. У такий спосіб у вигаданому світі Барбі жінка може бути як президентом, лауреатом нобелівської премії з літератури та журналістики, так і працювати у Верховному Суді та сама встановлювати правила соціального розвитку, тобто мати усі ті переваги,які мають зазвичай лише чоловіки у реальному світі.

Усі стереотипні уявлення про жінок як емоційних створінь, яким бракує логіки, подаються у кінофільмі в іронічному плані: *"I have no*

difficulty holding both logic and feelings at the same time. And it doesn't diminish my powers. It expands them" [3]. Саркастично зображено і поведінку жінок у стосунках, що імітує типову поведінку чоловіків у патріархальному світі: *"I don't want you here. It is my Barbie's dream house. It's a girls' night. Every night is a girls' night"* [3].

Коли Барбі потрапляє у реальний світ, вона почуває себе ніяково, оскільки привертає багато чоловічої уваги: *"I feel kind of ill at ease. Have fear with no specific object"; "Mine very much has an undertone of violence"* [3]. Героїня характеризує свої емоції за допомогою іменників *fear, violence* та прикметника *ill*, які прямо описують її некомфортний стан. Інтенсифікація негативних емоцій відбувається на візуальному рівні кінотексту за рахунок зображення поглядів чоловіків-будівельників, коли вони вперше бачать білявку у рожевому і, не стримуючи своїх емоцій, вигукують: *"Give us a smile, blondie"* [3]. У наведених контекстах імплікується думка про сприйняття жінки чоловіками як сексуальний об'єкт насамперед, зневажливе ставлення до її сексуальності та вроди та відчуття жінкою загрози для свого ментального та фізичного здоров'я: *"Man look at me like object. Girls hate me"* [3]. Так, актуалізується концептуальна метафора ЖІНКА Є СЕКСУАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ.

Схожим чином осмислюється образ жінки і в іншому кінофрагменті:

" – I'm only your favourite woman of all times… Barbie.

– Like a professional bimbo?

– No, Barbie is not a bimbo. Barbie is a doctor, and a lawyer and a senator, and a Noble Prize winner.

– You have been making women feel bad about themselves since you were invented. You represent everything wrong with our culture. Sexualized capitalism, unrealistic physical ideals…You set the feminism movement back 50 years. You destroy girls' innate sense of worth and you're killing the planet with your glorification of rampant consumerism. You're fascists" [3].

Поданий уривок побудовано на протиставленні застарілого стереотипного уявлення про гарну жінку як пустушку, експлікованого лексемою *bimbo*, та нового погляду на представницю прекрасної статі як на повноцінну особистість, яка здатна реалізувати свої таланти у будь-якій сфері, про що свідчить використання лексичних одиниць *doctor, lawyer, senator, Noble Prize winner*.

У наведеному діалозі акцентується увага і на іншій проблемі – сприйняття жінок одна одною: адже такі як Барбі, красиві самодостатні жінки, створюють конкуренцію серед жінок та змушують їх слідувати новим ідеалам, що не завжди йде на користь жінці, оскільки породжує внутрішні комплекси і розчарування через бажання наслідувати картинку з соціальних мереж. Протягом останніх років жінка є продуктом нової медіареальності, яка саме породжує однакові «відфотошоплені» образи жінок та продукує нові «інстаграмні» стандарти краси, хоча у кінострічці «Барбі» робиться чергова спроба розвінчання штучності сучасного світу та популяризується тренд на природність у такій гіперболізованій манері: *"The girl who is playing with you must be sad and her thoughts and feelings and humanness are interfering with your dollness"* [3]. Антонімічна пара *humanness::dollness* (людяність::ляльковість) унаочнює подану думку.

У іронічній манері показано бажання деяких жінок бути лише гарною прикрасою поряд з чоловіком: *"I like being helpful decoration. It is like a spa day for my brain forever"* [3]. Більш саркастично це репрезентовано через образ Кена, який потребує постійної уваги збоку Барбі, і не може уявити своє життя без неї: *"Maybe it's time to discover who Ken is. You have to figure out who you're without me. Maybe all the things you thought made you you aren't really you. Maybe it's Barbie and it's Ken. No Barbie or Ken should be living in the shadows"* [3]. У такий спосіб у медіапросторі піднімається проблема токсичних та залежних стосунків, яка притаманна реальному світу у реверсивній формі, тобто жінки повсякчасно залежать ментально, фінансово та психологічно від свого коханого.

Вагомим у смисловому плані є монолог матері Саші, звичайної жінки, яка працює у великій корпорації та виховує доньку-підлітка, адресований кожній жінці, яка на певному етапі свого становлення відчуває себе непотрібною, приниженою та слабкою у чоловічому світі, адже не відповідає високим стандартам суспільства: *"It is literally impossible to be a woman. You're so beautiful and smart, and it kills me that you don't think you're good enough. Like we have to always be extraordinary. But somehow we are always doing it wrong…"* [3]. Прикметник *extraordinary* «надзвичайний, екстраординарний» експлікує високі вимоги соціуму до жінки та її досягнень. Це стосується зовнішності, кар'єри, материнства (*"You are supposed to love being a mother. But don't talk about the kids all the damn time. You have to be a career woman but always be looking out for other people…You are supposed to stay pretty for man but not so pretty that you tempt them*

too much or you threaten other woman because you are supposed to be a part of the sisterhood but always stand out …" [3], а також суспільних норм поведінки (*"You have to never get old, never be rude, never show off, never be selfish, never fall down, never fail, never show fear, never get out of line…"* [3]). Наразі жінки знаходяться під тиском досконалості та прагнення «успішного успіху» в усьому: не достатньо просто бути мамою, або мати успішний бізнес, або займатися духовним саморозвитком, жінка повинна встигати усе одночасно. І навіть зовнішньо досконала Барбі починає сумніватися у своїй цінності: *"I'm not smart enough to be interesting. I can't do brain surgery, I've never flown a plane. I'm not the president. No one in Supreme Court is me. I'm not good enough for anything"* []. Використання словосполучення *not smart/good enough* інтенсифікує цю думку на лексичному рівні.

Тому героїня і пропонує створити нову модель Барбі – Звичайна Барбі (*Ordinary Barbie*), яка не буде намагатися бути ідеальною та досконалою в усьому, але бажатиме відчувати себе вільною, робити власний вибір та не відчувати провини за це, а навпаки почуватися при цьому щасливою, оскільки вона вже сама по собі надзвичайна особистість і їй не треба нічого нікому доводити: *"She is not extraordinary. She is not president of anything, or maybe she is. Maybe she is a mom. Maybe she is not. Because it's ok to just want to be a mom, or to wanna be president, or a mom who is president. She just has a flattering top and she wants to go through the day feeling kinda good about herself"* []. У метафоричній манері ознаки звичайної Барбі екстраполюються на жіноче середовище, що моделює образ сучасної жінки, котра неодмінно сама обирає якою вона хоче бути, адже має свободу вибору, вільна у своїх поглядах та захопленнях, унікальна та незвичайна вже за правом свого народження.

Таким чином, інтерпретаційно-текстовий та концептуальний аналіз англійськомовного медіапростору дозволяє виділити основні концептуальні домінанти (МАТИ, ДРУЖИНА, СЕКСУАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ, СПОКУСНИЦЯ, ТВОРЕЦЬ, САМІСТЬ, СВОБОДА), у термінах яких осмислюється образ жінки, та прослідкувати нові тенденції у прочитанні образу сучасної жінки, маніфестуючи її сильну, незалежну впевнену особистість, котра має стійкість духу та свободу волі відстоювати права інших жінок і не відповідати суспільним очікуванням, продовжує свій духовний пошук та заряджає усіх навколо своїм внутрішнім сяйвом, енергією креативності, добра та життєвої сили.

Ця жінка не женеться за досконалістю та ідеальністю, вона не доводить нічого патріархальному суспільстві, вона любить себе, знає свою цінність та живе вільне, щасливе життя, не відчуваючи провини за невідповідність вимогам соціуму до неї.

Висновки. Наразі традиційні гендерні ролі у сім'ї зазнають значних трансформацій, як і сприйняття образу жінки загалом: жінки не обмежуються роллю гарної ляльки чи матері та дружини, вони поєднують кар'єру і родину, догляд за собою та свій духовний розвиток, тому такі моделі гендерної ідентичності жінки як Берегиня, Жінка-стерва, Барбі, Попелюшка втрачають свою актуальність. У свою чергу, передові позиції починають займати сильні незалежні жінки, які мають власні погляди, можуть бути «рупором» ідей цілого покоління, адже їх думка є авторитетною та пріоритетною у суспільстві, прагнуть до самопізнання та саморозвитку, досягли ментальної та соціальної рівності з чоловіками.

У зв'язку з останніми подіями та повномасштабним вторгненням російських військ на територію незалежної української держави досить активно розвивається образ мілітарної жінки та супержінки, яка є взірцем відваги, національної свідомості, рішучості та сили. Ця жінка репрезентує такі маскулінні риси характеру, як мужність, твердість, незалежність, вона не вагаючись пішла захищати свою країну від ворога та є безстрашною героїнею свого часу. Новий образ жінки-борця, котра здатна врятувати світ або змінити його, також формується у сучасному медіапросторі.

Список літератури:

1. Крисенко Ю. В. Репрезентація гендерного концепту ЖІНКА у різних типах дискурсу : URI: http://ekhsuir.kspu.edu/handle/123456789/10381

2. Сукаленко Т.М. Метафоричне вираження концепту ЖІНКА в українській мові. К.: Ін-т укр. Мови: Вид. дім Дмитра Бураго, 2010. 240 с.

3. Barbie. URL: https://www.google.com/search?q=Barbie+film&sca_esv=577635516&sxsrf=AM9HkKlFZtZSrk6QbC-6kpMp_f8uk0c9sw%3A1698599925862&ei=9ZM-ZZqZNO3_7_UP_964kAU&ved=0ahUKEwja58jp4ZuCAxXt_7sIHX8vDlIQ4dUDCBA&uact=5&oq=Barbie+film&gs_lp=Egxnd3Mtd2l6LXNlcnAiC0JhcmJpZSBmaWxtMggQLhjLARiABDIIEAAYywEYgAQyBRAAGIAEMggQABjLARiABDIIEAAYywEYgAQyCBAAGMsBGIAEMggQABjLARiABDIIEAAYywEYgAQyCBAAGMsBGIAEMggQABjLARiABDIXEC4Y

ywEYgAQYlwUY3AQY3gQY4ATYAQNI9oABUMRKWJFzcAF4AZABAJgBcKAB6wOqAQMzLjK4AQPIAQD4AQHCAgoQABhHGNYEGLADwgIKEAAYigUYsAMYQ8ICDhAAGOQCGNYEGLAD2AEBwgIQEC4YigUYyAMYsAMYQ9gBAsICBxAAGIoFGEPCAgcQLhiKBRhD4gMEGAAgQYgGAZAGE7oGBggBEAEYCboGBggCEAEYCLoGBggDEAEYFA&sclient=gws-wiz-serp (дата звернення 20.10.2023).

4. Cyrus Miley. Flowers. URL: https://www.google.com/search?q=Miley+Cyrus+Flowers+&sca_esv=577635516&sxsrf=AM9HkKk0N7IVdQLkGPKmUuoA7A9MVO8-rQ%3A1698598623980&source=hp&ei=344-ZeT1ObeVxc8Ptpe-yAI&iflsig=AO6bgOgAAAAAZT6c75x3FuuGrb7gIwCdX1W0S35H6uNR&ved=0ahUKEwik4eL83JuCAxW3SvEDHbaLDykQ4dUDCAo&uact=5&oq=Miley+Cyrus+Flowers+&gs_lp=Egdnd3Mtd2l6IhRNaWxleSBDeXJ1cyBGbG93ZXJzIDIIEAAYywEYgAQyBRAAGIAEMggQABjLARiABDIIEAAYywEYgAQyBRAAGIAEMggQABjLARiABDIFEAAYgAQyCBAAGMsBGIAEMggQABjLARiABDIIEAAYywEYgARImiVQ2xJY2xJwAXgAkAEAmAFpoAFpqgEDMC4xuAEDyAEA-AEC-AEBqAIKwgIHECMY6gIYJw&sclient=gws-wiz (дата звернення 7.10.2023).

5. Nixon Cynthia “Be a lady they said”. URL: https://www.facebook.com/Leader.studyvn/videos/be-a-lady-they-said-narrated-by-cynthia-nixon/178708816898096/ (дата звернення 5.10.2023).

6. Valeria Hinojosa (@waterthruskin). Conscious Lifestyle Rockstar**.** URL: https://medium.com/wearedivinc/conscious-lifestyle-rockstar-an-interview-with-valeria-hinojosa-of-water-thru-skin-32f13f667a7d(дата звернення 18.10.2023).

Zabolotska O. O., Zabolotska O. V. THE IMAGE OF MODERN WOMEN IN ENGLISH-LANGUAGE MEDIA SPACE

Today, it is difficult to imagine our life without appealing to the mediaspace, which is replete not only with useful, but also with fake information. The article defines the dominant influence of visual mass production on the communicative process and means of its realisation as the main basis for the formation of mediareality. Nowadays, in addition to demotivational posters and memes, videos of social and gender issues, blogs in social networks, creolized texts of film and musical discourse function as constructs of social reality in the visual dimension. This article reveals the specified means of virtual communication, which influence the perception of reality by mediaspace users and form new tendencies in their way of thinking. It is studied out, that under the influence of visual media communication, a new imaginative type of thinking is formed among Internet users, which erodes existing social and cultural stereotypes, changes value orientations and attitudes towards life and people: attitudes towards women and men, their roles in society and family are changed. It is proved by means of retrospective analysis of scientific resources that the image of a woman in the modern world is widely highlighted in media and the interest in this problem is increasing with the changes in the social status of women. It is revealed in the article that the image of a "new woman" with an active life position, a high intellectual level, a courageous character, and a desire for spiritual improvement attracts attention. The purpose of the article is to determine the peculiarities of the representation of the image of a modern woman in the context of English-language mediareality. It is determined, by means of the interpretative-textual and conceptual analyses of the English-language mediaspace, the main conceptual dominants (MOTHER, WIFE, SEX OBJECT, TEMPTRESS, CREATOR, SELFHOOD, FREEDOM) with the help of which the image of a modern woman is interpreted.

This is a self-confident, independent woman, who prefers to defend the rights of other women, improve herself spiritually, and bring goodness and life-affirming power. It is found out, that the image of a military woman and a superwoman who is a model of courage, national consciousness, determination and strength, a woman-fighter who can save the world or change it, is also being formed in the modern mediaspace.

Key words: *mediaspace, conceptual dominant, creolized text, the image of a modern woman.*

УДК 811.111’42
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/10

Іванців О. В.
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

СУГЕСТИВНА СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКИ ПОБУДОВИ КОРПОРАТИВНОГО ІМІДЖУ ТА ЇХ МОВНА РЕАЛІЗАЦІЯ

У статті проаналізовано сугестивну стратегію і тактики формування корпоративного іміджу міжнародних косметичних компаній та описано їх мовну реалізацію. Матеріалом дослідження слугували 60 текстів англійськомовних прес-релізів за 2015–2022 роки, розміщених на офіційних веб-сайтах таких міжнародних косметичних компаній, як Avon, Elizabeth Arden, Estée Lauder Companies та Mary Kay.

Комунікативний вплив на адресата сучасного англійськомовного іміджевого корпоративного дискурсу здійснюється за допомогою сугестивної стратегії, що орієнтована на навіювання цільовій аудиторії необхідної інформації без логічного аналізу повідомлюваного, зниження критичності в сприйнятті інформації, психічне програмування реципієнта та реалізацію навіюваного змісту. Ця дискурсивна стратегія реалізується через вплив не на інтелект адресата, чи його здібності реально оцінювати ситуацію, а на його схильність сприймати та виконувати вказівки неусвідомлено. Тобто вплив здійснюється на підсвідомість реципієнта повідомлення, що викликає в нього певні почуття, створює бажання й потреби та формує позитивне ставлення до суб’єкта економічної діяльності. Сила такого впливу залежить від доступності, наочності, логічності та повторюваності інформації.

Сугестивна стратегія сучасного англійськомовного іміджевого корпоративного дискурсу реалізується за допомогою низки дискурсивних тактик, таких, як рольової гри, інформаційного перевантаження свідомості реципієнта, створення ілюзії свободи вибору та симульованої діалогізації. Застосування різноманітних мовних засобів та особлива структурна побудова висловлень у текстах англійськомовних прес-релізів спрощують процес моделювання свідомості потенційного адресата на шляху до формування необхідного іміджу косметичної компанії.

Ключові слова: *сугестивна стратегія, тактика, мовна реалізація, прес-реліз, корпоративний імідж, іміджевий корпоративний дискурс.*

Постановка проблеми. У межах когнітивно-дискурсивної парадигми сучасного мовознавства існує тенденція до поглибленого дослідження особливостей організації комунікативної взаємодії. Останнім часом увагу лінгвістів привертає аналіз різних типів стратегій на різноманітному мовному матеріалі, оскільки саме стратегія відображає цілеспрямованість комунікації, слугує способом здійснення мовленнєвого впливу.

Особливо доречним є застосування стратегічного підходу для дослідження специфіки побудови іміджу косметичної компанії, оскільки сфера корпоративного іміджмейкінгу характеризується ретельним плануванням комунікативних дій адресантом. У нашому дослідженні ми послуговуємося терміном «дискурсивна стратегія», який трактують як феномен, що належить свідомості людини, втілюється у мовленні та конструює комунікативний процес [15, с. 207].

У здійсненні комунікативного впливу в англійськомовному іміджевому дискурсі косметичних компаній бере участь *сугестія* (навіювання), яка спрямована на підсвідомість цільової аудиторії. Варто зазначити, що у сфері корпоративного іміджмейкінгу сугестія відіграє дуже важливу роль, оскільки комунікативний вплив на цільову аудиторію з метою конструювання привабливого іміджу бізнес-структури здійснюється не стільки шляхом наведення доказів, скільки за допомогою навіювання, що слугує способом зваблення адресата. Це пояснює активне використання *дискурсивної сугестивної стратегії* в сучасному англійськомовному іміджевому корпоративному дискурсі, яка орієнтована на навіювання цільовій аудиторії необхідної інформації без логічного аналізу повідомлюваного, зниження критичності в сприйнятті інформації, психічне програмування реципієнта та реалізацію навіюваного змісту.

Актуальність дослідження зумовлено потребою в лінгвістичному аналізі дискурсивної стратегії і тактик сугестивного впливу у сфері побудови корпоративного іміджу міжнародних косметичних компаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мовна сугестія супроводжує людину протягом

усього життя, адже з цим явищем ми стикаємося повсякденно в мовленнєвій практиці. Вона існує стільки, скільки існує мова, яка використовується для обміну думками і для здійснення міжособистісного впливу.

У роботах сучасних лінгвістів проаналізовано різні аспекти вербальної сугестії: одні з них стосуються особливостей її застосування у політичному (А. В. Белецька [1], Л. Л. Ільницька [6]), медійному (Л. Юдко [17]), рекламному (Н. В. Кутуза [9], С. К. Романюк [13], Ю. В. Станкевич [14]), юридичному (І. О. Гарбар [2]) та релігійному дискурсі (О. В. Климентова [7], І. О. Шашков [16]), інші – у сфері нейролінгвістичного програмування (Т. Ю. Ковалевська [8]) та іміджмейкінгу (О. В. Іванців [4; 5]).

На відміну від аргументації, яка передбачає критичне осмислення адресатом повідомлюваної інформації, сугестія орієнтована на несвідоме сприйняття інформації. Услід за І. О. Гарбар, тлумачимо сугестію як «латентний вербальний вплив», який «здійснюється за допомогою вербальних (на всіх мовних рівнях: фонетичному, морфологічному, лексико-семантичному і синтаксичному) і невербальних (міміка, жести, пози тощо) засобів комунікації, що викликають певні відчуття, уявлення, емоційні стани у сугеренда і спонукають його / її виконувати заплановані сугестором дії» [2, с. 3]. Діючи на межі свідомого та несвідомого, вербальна сугестія пов'язана з організацією висловлення, а не з його змістом [12, с. 164–165]. На думку Л. Л. Ільницької, сугестивний вплив є доволі ефективним, оскільки в адресата складається ілюзорна впевненість, що він самостійно дійшов певного висновку [6, с. 116].

Як стверджує В. М. Манакін, мовна сугестія є «феноменом прагмалінгвістичного порядку, тобто таким, що виявляє особливий «прагматико-афективний» вимір, у якому людина віддзеркалює світ своїх відчуттів, емоцій, психологічних установок і т. ін.» [11, с. 196]. Шляхом навіювання здійснюється продукування уявлень, емоційних станів і вольових спонукань до певних дій без активної участі особистості, без свідомого контролю щодо сприйняття інформації.

Загалом дослідники мовної сугестії кваліфікують це явище як цілеспрямований вербальний вплив, який спрямований на підсвідомість і діє на психіку людини за межами її раціонального мислення без критичної оцінки й логічної переробки сприйнятого.

Мета статті полягає в описі та аналізі сугестивної стратегії і тактик побудови корпоративного іміджу міжнародних косметичних компаній та їх мовної реалізації. Матеріалом дослідження слугували 60 текстів англійськомовних прес-релізів за 2015–2022 роки, розміщених на офіційних веб-сайтах таких міжнародних косметичних компаній, як *Avon, Elizabeth Arden, Estée Lauder Companies* та *Mary Kay*.

Виклад основного матеріалу. У сфері корпоративного іміджмейкінгу інформація подається з урахуванням принципів сугестології з метою навіювання адресату позитивного уявлення про компанію. Аналіз мовного матеріалу показав, що прес-релізи міжнародних косметичних компаній володіють достатньо концентрованим сугестивним потенціалом, що дозволяє нам виокремити сугестивну стратегію формування корпоративного іміджу. Мета цієї дискурсивної стратегії полягає в здійсненні цілеспрямованого прихованого впливу на підсвідомість адресата, що дає змогу налаштувати його на вигідному для ініціатора комунікації розподілі акцентів та сформувати позитивне уявлення про бізнес-структуру.

Реалізація сугестивної стратегії створення іміджу компанії здійснюється через низку дискурсивних тактик. Відбір засобів імплементації цих тактик відбувається з урахуванням досягнень у галузі сучасної комунікативної лінгвістики, психолінгвістики, нейролінгвістичного програмування, паблік рілейшнз і корпоративного маркетингу для оптимізації та ефективної організації іміджевої комунікації. Як свідчить аналіз фактичного матеріалу, сугестивність текстів прес-релізів міжнародних косметичних компаній створюється шляхом нанизування різних мовних засобів, а також за допомогою особливої структурної організації висловлень, що сприяє посиленню впливу на плин психічних процесів адресата.

Для успішної реалізації сугестивної стратегії створення корпоративного іміджу широко використовується *дискурсивна тактика рольової гри.* Вона полягає в тому, що автори прес-релізів міжнародних косметичних компаній з метою завоювання довіри адресата постають у різних ролях, таких, як помічника, порадника, інформатора тощо. У такий спосіб вони намагаються продемонструвати свою турботу та прихильність, проявляючи неабияке бажання допомогти потенційному клієнтові в задоволенні його потреб чи консультанту у веденні його бізнесу. Розглянемо найхарактерніші вияви застосування дискурсивної тактики рольової гри.

Модальні слова та вирази з модальним значенням. Речення з модальними дієсловами слугують для вираження непрямого спонукання й не мають категоричного значення, тому використовуються для вираження поради, рекомендації, пропозиції [3, с. 10], наприклад:

Women around the world ***should*** *always remember – there are no borders, no boundaries*

to being able to look and feel your best [20]; *NEW limited-edition* Mary KayÂ® Coconut Lime Gift Set includes invigorating shower gel, luxurious body lotion and delightful body mist all in a travel-friendly bag. No matter where you are, you'll feel like you're in paradise.* ***But you better hurry.*** *These lush sets are available for a limited time only and while supplies last* [21]. У першому прикладі модальне дієслово *should* виражає пораду автора повідомлення, звернену до жінок, стосовно того, що не існує жодних меж (*there are no borders, no boundaries)* для того, щоб виглядати та почувати себе найкраще (*to being able to look and feel your best).* У другому сегменті дискурсу адресант рекомендує реципієнту висловлення не гаяти часу, а поспішати, щоб встигнути придбати подарунковий набір *Mary KayÂ® Coconut Lime Gift Set*, який випущений в обмеженій кількості.

Директивна форма висловлення. Використання імперативних речень в англійськомовних корпоративних прес-релізах спонукає споживачів продукції компанії безпосередньо до виконання дії, не даючи часу для їхнього власного критичного логічного аналізу. Це дає змогу адресанту отримати бажаний результат без свідомого опору наказу, адже таке завуальоване спонукання до дії уникає цензури свідомості, не піддається критичному сприйняттю. Застосування згаданої техніки проілюструємо такими прикладами:

Slip *into comfort and smoothness with Avon's new Satin Satisfaction Lip Color, a revolutionary lip treatment formulated to condition lips while infusing them with lush color* [18]; ***Forget*** *one-trick mascaras. With the new Super Drama Mascara from Avon, all it takes is one sweep to get sultry, long lashes that are plumped to the max* [18].

Вище наведено два спонукальні речення з дієсловами у формі наказового способу *slip* і *forget*. Перший текстовий фрагмент виражає пропозицію скористатися новою губною помадою *Satin Satisfaction Lip Color* від компанії *Avon,* після чого губи адресата будуть оповиті комфортом та гладкістю *(Slip into comfort and smoothness*). Наступне висловлення виражає пораду забути про всі туші для вій, які виконують лише одну функцію, оскільки *Super Drama Mascara* від згаданого бренду є багатофункціональною *(to get sultry, long lashes that are plumped to the max).*

Як свідчать наведені приклади, рольова гра є фоном для реалізації сугестивного комунікативного впливу, завдяки якому адресату навіюється думка про дбайливе ставлення та врахування інтересів і потреб кожного.

На особливу увагу в сучасному англійськомовному іміджевому корпоративному дискурсі заслуговує *тактика інформаційного перевантаження свідомості,* яка полягає в наведенні великої кількості фактів та цифр [6, с. 120], що не піддаються логічній обробці, з метою подолання порогу критичного мислення (зниження критичності при сприйнятті), психічного програмування та реалізації навіюваного змісту.

Розглянемо наступний приклад:

In 2010, the Mary Kay Foundation granted ***150 domestic violence shelters $20,000 each*** *for a total of* ***$3 million****. It also awarded* ***13 respected donors and medical scientists $100,000 each*** *in cancer research grants – a total of* ***$1.3 million*** [21]. Надмірна кількість статистичної інформації, що пов'язана з благодійною діяльністю косметичної компанії *Mary Kay,* підштовхує адресата до некритичного прийняття уявлень у вигідному для ініціатора комунікації руслі. Зазначена дискурсивна тактика дає змогу навіяти реципієнту прес-релізу думку про масштабність та глобальний характер діяльності згаданої бізнес-структури й у такий спосіб налаштувати його на позитивне ставлення до неї.

У досліджуваному дискурсі для здійснення сугестивного впливу активно використовується й *тактика створення ілюзії свободи вибору*. Завдяки своїй ілюзорності вона є своєрідною пасткою для свідомості адресата, адже йому пропонують обирати між декількома товарами чи послугами однієї компанії [9, с. 443]. Іншими словами, можливості вибору не надається взагалі. Ця дискурсивна тактика є надзвичайно ефективною, оскільки в реципієнта повідомлення виникає ілюзія, що він самостійно прийняв рішення чи зробив висновок за умов наявності свободи вибору. Маючи на меті переконати адресата в позитивних властивостях товарів чи послуг відповідної компанії та змусити його стати її постійним клієнтом, адресант майстерно маскує свій намір, імітує невтручання, перекладаючи відповідальність за здійснений вчинок на реципієнта висловлення [10, с. 304].

Звернемось до конкретних прикладів:

Whether ***the feeling is exuberant or relaxed****, there's a Mary Kay® fragrance* ***to fit a woman's many moods*** [21]; *No matter if you prefer to use* ***vibrant blue, delicate brown and seductive green shades,*** *Mary Kay is the brand you should choose. With* ***tones of caramel, amber or frost as eye colors and beautiful eyeliners****, you will look truly ravishing* [21]. У першому висловленні автор намагається нав'язати адресату думку про те, що косметична компанія *Mary Kay* пропонує широкий асортимент парфумів, які відповідають різним настроям жінок (*a woman's many moods).* Другий текстовий

фрагмент демонструє прагнення адресанта змусити реципієнта повідомлення обрати згаданий косметичний бренд завдяки створенню ілюзії, що він надає можливість вибору найрізноманітніших засобів декоративної косметики.

Дієвим способом підвищення сугестивності мовлення в іміджевому дискурсі міжнародних косметичних компаній є *тактика симульованої діалогізації.* Вона передбачає встановлення контакту з адресатом шляхом ведення уявного діалогу. Ця дискурсивна тактика пов'язана з категорією інтерперсональності, що стосується взаємодії між автором і читачем повідомлення. Англійськомовним прес-релізам міжнародних косметичних компаній притаманні діалогічні вкраплення, що дозволяють зменшити відстань між учасниками комунікативного процесу та встановити взаєморозуміння між ними. Дискурсивна тактика симульованої діалогізації має на меті завоювання довіри, створення інтриги та пробудження інтересу цільової аудиторії до певного товару чи послуги компанії.

Засобами актуалізації згаданої тактики в досліджуваному дискурсі слугують:

1) речення, у яких мовними маркерами залучення адресата до уявної бесіди виступають особовий займенник *you* та присвійний займенник *your*. Про застосування згаданого прийому в прес-релізах косметичних компаній свідчить такий приклад:

***You** want people to notice **you**… not **your** foundation. That's why Avon developed new Ideal Flawless Invisible Coverage Foundation. This revolutionary liquid foundation provides perfect coverage, so **you** look and feel flawless from every angle* [18]. Використання займенників у цитованому фрагменті сприяє зближенню учасників спілкування в просторі та часі, встановленню своєрідного контакту між ними. Це дозволяє створити ефект живого діалогу між комунікантами;

2) питальні речення. Одним із способів побудови висловлень у сучасному англійськомовному іміджевому корпоративному дискурсі є вживання питальних речень. У прес-релізах міжнародних косметичних компаній питання слугують засобом фокусування уваги на інформації, викладеній після питання. Завдяки комплексу «питання-відповідь» автору вдається створити таку ситуацію, коли читач розглядає відповідь як власну, що сприяє кращому сприйняттю повідомлення. Наприклад:

***Want the professional perfection of a makeup artist? Turn on the volume with Sonic Boost Mascara**, developed with a special micro-vibrating brush designed to simulate the «wiggling» action makeup artists use for ultimate coverage and definition* [18]. У цьому фрагменті автор демонструє зацікавлення в бажаннях адресата, а згодом підказує, як можна досягти необхідного результату за допомогою продукції косметичної компанії *Avon*.

Питальні речення в прес-релізах досліджуваного дискурсу активізують думки реципієнта висловлення, заохочують його до полеміки з автором та пошуку способів прояснення певного явища, факту чи ситуації, наприклад:

Because no matter how much water you drink, the only thing that can really help hydrate your epidermis is a great moisturizer. ***The reason?*** *The outermost layer of our skin is actually dead and therefore not capable of absorbing water from within* [19].

Висновки. Таким чином, сугестивна стратегія створення корпоративного іміджу передбачає здійснення прихованого комунікативного впливу на нейро-психологічну динаміку адресата іміджевого корпоративного дискурсу з метою формування позитивного ставлення до відповідної компанії. Ця дискурсивна стратегія реалізується через вплив не на інтелект реципієнта повідомлення, чи його здібності реально оцінювати ситуацію, а на його схильність сприймати та виконувати вказівки неусвідомлено. Тобто вплив здійснюється на підсвідомість адресата, що викликає в нього певні почуття, створює бажання й потреби та формує відповідне ставлення до суб'єкта економічної діяльності. Сила такого впливу залежить від доступності, наочності, логічності та повторюваності інформації. Відбір мовних засобів та організація висловлень у тексті англійськомовного прес-релізу повністю забезпечують реалізацію сугестивної стратегії та засвідчують успішність та ефективність комунікації у сфері корпоративного іміджмейкінгу.

Список літератури:

1. Белецька А. В. Лексична сугестія публіцистики друкованих ЗМІ України дискурсу політичного протистояння 2004–2005 рр. : автореф. дис. … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.01. Київ, 2008. 20 с.
2. Гарбар І. О. Вербальні маркери сугестії в сучасному американському юридичному трилері : дис. … к.філол.н. : 10.02.04. Київ-Запоріжжя, 2019. 346 с.
3. Дрінко Г. Г. Спонукальні конструкції в англійській та українській мовах : автореф. дис. … д-ра філол. наук : 10.02.17. Донецьк, 2005. 19 с.
4. Іванців О. В. Комунікативні тактики реалізації сугестивного впливу в дискурсі корпоративного іміджмейкінгу. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*. Серія : Філологічні науки. Кам'янець-Подільський, 2012. Вип. 29. С. 162–165.

5. Іванців О. В. Сугестивні технології створення іміджу. *Інформація, комунікація, суспільство 2014 :* матеріали 3-ї Міжнародної наукової конференції ICS-2014, м. Львів, 21–24 травня 2014 р. Львів, 2014. С. 138–139.

6. Ільницька Л. Л. Особливості використання сугестивних та маніпулятивних технологій у сучасному англомовному політичному дискурсі. *Лінгвістика XXI століття : нові дослідження і перспективи*. Київ, 2010. С. 115–125.

7. Климентова О. В. Вербальна сугестія сакральних текстів (на матеріалі українськомовних молитов) : дис. … д-ра філол. наук : 10.02.01. Київ, 2013. 310 с.

8. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування. Одеса : Астропринт, 2001. 344 с.

9. Кутуза Н. В. Гіпнотичні техніки в рекламному дискурсі. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского*. *Филология*. 2007. Т. 20 (59), № 3. С. 439–444.

10. Лянг О. Маніпулятивний вплив у дискурсі комерційної реклами. *Наукові записки*. *Філологічні науки*. Кіровоград, 2010. Вип. 89 (5). С. 303–307.

11. Манакін В. М. Сугестивна функція мови як прагмалінгвістичне явище. *Studia Linguistica*. 2011. Вип. 5. С. 196–203.

12. Мартинюк А. П. Дискурсивний інструментарій аналізу англомовної реклами. *Лінгвістика XXI століття : нові дослідження і перспективи*. 2009. Вип. 3. С. 159–167.

13. Романюк С. К. Засоби реалізації мовленнєвого впливу в американській комерційній журнальній рекламі 1925–2010 рр. : автореф. дис. … к.філол.н. : 10.02.04. Харків, 2013. 20 с.

14. Станкевич Ю. В. Мовні сугестогени в текстах політичної реклами : автореф. дис. … канд. філол. наук : 10.02.01. Одеса, 2011. 22 с.

15. Фролова І. Є. Дискурсивна стратегія як когнітивно-комунікативний феномен. *Культура народов Причерноморья*. Симферополь, 2006. № 82, Т. 2. С. 207–209.

16. Шашков І. О. Сугестивний потенціал релігійних сайтів: лінгвістичний підхід. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2010. Вип. 31. С. 383–386.

17. Юдко Л. Актуалізація дискурсу толерантності в електронних медіа (сугестивний аспект). *Психолінгвістика*. 2015. Вип. 18 (2). С. 122–132.

Список джерел ілюстративного матеріалу

18. Avon Products Media Centre. URL: http://media.avoncompany.com/index.php.

19. Elizabeth Arden. URL: http://www.elizabetharden.com.

20. Estée Lauder Companies Press Releases. URL: http://www.elcompanies.com/Pages/Press-Releases.aspx.

21. Mary Kay Press Room. URL: http://www.marykay.com/en-US/About-Mary-Kay/PressRoom.

Ivantsiv O. V. SUGGESTIVE STRATEGY AND TACTICS OF BUILDING CORPORATE IMAGE AND THEIR LINGUISTIC REALIZATION

The article focuses on analysing the suggestive strategy and tactics of forming the corporate image of international cosmetic companies and describing their linguistic realization. The research data includes an electronic corpus of 60 texts of English-language press releases issued by four international cosmetic companies, namely Avon, Elizabeth Arden, Estée Lauder Companies, and Mary Kay, between 2015 and 2021 and accessed on the company's websites.

The communicative impact on the addressee of the present-day English-language corporate discourse of image-making is achieved through a suggestive strategy aimed at implanting the necessary information in the target audience without logical analysis of the conveyed message, reducing critical perception of information, psychological programming of the recipient, and implementation of the suggested content. This discursive strategy operates not on the intellect of the message recipient or their ability to objectively evaluate the situation but on their inclination to unconsciously perceive and follow instructions. In other words, the influence is exerted on the addressee's subconsciousness, eliciting certain feelings, creating desires and needs, and forming a positive attitude toward the subject of economic activity. The power of this influence depends on the accessibility, vividness, logic, and repetitiveness of the information.

The suggestive strategy of the English-language corporate discourse of image-making is implemented through a variety of discursive tactics, such as role-playing, information overload of the recipient's consciousness, creating an illusion of freedom of choice, and simulated dialogization. The use of various linguistic means and the specific sentence structure in the English-language press releases simplify the process of shaping the mind of the potential addressee on the way to constructing the necessary image of a cosmetic company.

Key words: *suggestive strategy, tactics, linguistic realization, press release, corporate image, corporate discourse of image-making.*

UDC 811.111’373
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/11

Kozlova V. V.
Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko

Malysheva A. A.
Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko

LEXICO-SEMANTIC ASPECT OF DISCURSIVE PERSONALITY OF BORIS JOHNSON

The paper focuses on the study of the lexical and semantic features of representation of Boris Johnson's discursive personality in the English political discourse. The concept of discursive personality is clarified and its structural components are singled out. With the help of component analysis of B. Johnson's speeches, the following thematic groups have been identified and characterized: economics and business, environment, governance and management, social and humanitarian domains, international affairs, which represent the discursive personality of Boris Johnson. The lexical and semantic representation of the discursive personality within each of the selected thematic groups was analyzed. The semantic and morphological features of the lexical units are determined. The linguistic analysis has revealed how terms, abstract nouns, action verbs and relative adjectives related to the economy are used to create an image of the UK in Johnson's speeches. The use of verb constructions to emphasize the active role of British business in overcoming the crisis is revealed. The topic of environment is analysed as a combination of past, present and future, with special attention paid to terminological noun lexemes. The main focus within environmental topics is on climate change. The semantic nuances of individual words and phrases used by Johnson to express his opinion are identified and analysed. It has been found out that speeches on governance and management are full of political vocabulary, which demonstrates the politician's desire to highlight the importance of democratic values and institutions. It is noted that Johnson also refers to his government's achievements, such as Brexit and the fight against the pandemic, focusing on key terms related to investment, infrastructure and education. The article also highlights the politician's approach to public health, especially in the context of the COVID-19 pandemic, the UK's education system and cultural heritage. Johnson's use of terminology that reflects his vision of educational and cultural policy is scrutinized. The words and phrases that convey the emotional importance of Holocaust remembrance and the unique nature of this tragedy are highlighted. The author examines Boris Johnson's approach to international affairs with a focus on two key subtopics: immigration and the conflict in Ukraine. The moral and ethical values used to foreground the rightness of Ukraine and the injustice of Russian aggression are characterized. The vocabulary used by Johnson vividly illustrates the portrayal of the war and its consequences, as well as the UK's attitude to this conflict. The publication aims to fill the gaps that exist today in the field of studying lexical and semantic aspects in the representation of the politician's discursive personality in the English political discourse.

Key words: *thematic group, lexical and semantic representation, semantic component, lexical means, discursive personality of Boris Johnson, political discourse.*

Statement of the problem. The phenomenon of political discourse offers a unique range of linguistic elements, strategies and nuances that shape public perception. Critical to this discourse is the interplay of lexical and semantic features that shape the public image of a leader. Boris Johnson, an influential individual in the international political domain, represents a remarkable discursive personality with inherent verbal behavior involving speech manner, word choice, syntactic constructions. However, too little attention has been paid to lexico-semantic representation of Boris Johnson's discursive personality. The lack of targeted research prevents scholars, mass media and the general public from critically perceiving, interpreting and evaluating Johnson's discourse in a nuanced way. Thus, this study aims at enhancing the knowledge in this area by in-depth analysis of the lexico-semantic aspects that define and shape B. Johnson's discursive personality.

Analysis of recent research and publications. Human personality is a complex construct that encompasses various cognitive, emotional and behavioral

patterns. Over the years, scholars have explored different perspectives on personality, including trait theories, psychodynamic theories, and social-cognitive theories. One area of personality that has gained attention in recent years is discursive personality, which focuses on the role of language in shaping personality and identity. L. V. Soloshchuk views discursive personality as "consisting of a linguistic personality that, along with the language code, is capable of using and interpreting other semiotic codes depending on the type of discourse relations in which they are involved at certain moments of communication. Discursive personality operates in a continuum polycode space and has the ability to respond flexibly to its discourse environment, to take into account all the components, not only verbal but also non-verbal, that make up the communication process and influence its course, which emphasizes the ability of discursive personality to move from one type of discourse relationship to another" [30]. Thus, discursive personality reveals itself in communication by a variety of verbal means of morphological, lexical, syntactical language levels as well as expressive means of stylistics. The study of lexico-semantic means utilized by political leaders contributes to understanding their public figures, communicative strategies and, indirectly, their political preferences.

Many researchers have delved into the main topic of political discourse. Such scholars as Fairclough [5] and van Dijk [18] have studied how language shapes and forms social structures and power relations. In linguistic studies the emphasis is also laid on the importance of lexical and semantic choices in political speeches and communication [26; 32]. L. V. Soloshchuk [30], A. P. Romanchenko [28], A. V. Nikitina [24], A. V. Pakharenko [25] have shown an increased interest in interpretation and characterization of the discursive personality notion. Several authors have begun to study the discursive personality – a construct that encompasses how a leader's discourse creates a certain image or identity in the eyes of the public [21; 29]. The researchers explore sociolinguistic and linguopragmatic parameters of Boris Johnson's speech behavior focusing on his unique style – a combination of classicism, wit and occasional verbal flamboyance [20; 22]. These initial studies, however, did not dive deep into the lexical and semantic characteristics of his discursive personality.

Task statement. The paper is aimed at investigating lexico-semantic manifestation of Boris Johnson's discursive personality in English political discourse.

Outline of the main material of the study. Boris Johnson, the former Prime Minister of the United Kingdom, is a charismatic discursive personality with a unique style of speech. The phenomenon of charisma has attracted the attention of researchers at different times. The issue of charismatic leadership is highlighted in the works of the following researchers J. Barber [2], K. P. Lazor [23], M. Sorokopud [31], J. B. Fuller [6]. The term "charisma" had a religious connotation and was used to describe preachers who had a special gift of direct communication with God, bypassing religious institutions. Nowadays, charisma is defined as a unique form of legitimacy, structuring of power and leadership based on the special qualities of a certain personality, most often a religious or political leader [27].

Boris Johnson is a prominent political figure. Understanding his charismatic communication style provides insight into his approach to leadership and its impact on public perception. Charismatic leaders often excel at communicating, influencing public opinion and rallying support for their policies. They also seek to attract a wide audience and resonate with it, and often leave a mark on history with their words and actions [31]. Considering Johnson's discursive personality in a charismatic context helps us understand his place in the political discourse.

Johnson's speeches cover a diverse range of topics: domestic government policy, the environment, the economy, and social issues such as health care, education, society, and culture. The focus is also on the international relations, including the war in Ukraine, immigration challenges, environmental issues, international aid and development, and technological progress.

The methods of component and contextual analysis of 13 speeches by B. Johnson, dated to 2019–2022, allowed to identify thematic word groups connected by common semantic features, which correlate lexical units as components of a thematic integrity. They are: **economics and business, environment, governance and management, social and humanitarian domains, international affairs.** Boris Johnson frequently addresses **economics and business topic**, emphasizing such concepts as economic growth, investment and job creation. This topic is represented by the following groups of vocabulary: 1) abstract nouns: *skills, technology, innovation, fertilizer, pressures, cost, revolution, vaccines,* etc.; 2) action verbs: *to act, to keep going, to respond, to look after, to fix, to wag, to solve, to regulate, to try, to invest, to save, to produce, to see, to require, to turn over*, etc.; 3) relative adjectives: *economic, industrial, green*.

Focusing on the adaptability of the economy, he uses nouns that nominate types of industrial products

manufactured during the pandemic: *kitchen appliance, hairdryer, motor car, masks, gowns, gloves*. The use of the medical term *vaccines*, which refers to a drug for immunizing the population, is used to emphasize the achievements of British companies in the development of vaccines while the use of abstract nouns *skills, technology, innovation* represent the idea of economic boost withing the general narrative of the transition period and future prospects of the UK. The phrasal verb *to turn over* that signifies change; in the context of unprecedented pandemic challenges, is employed by B. Johnson not only to inform about the reorientation of business priorities in response to the crisis, but also to assert the value of saving lives: *"Dozens of you, kitchen appliance makers, hairdryer makers, formula one motor car manufacturers, turning your production lines over in days to try to save lives. For making the masks and the gowns and the gloves at such speed." "A green industrial revolution… And today I want to tell you in the CBI how Britain is going to win in the new green industrial revolution. Provided we act and act now."* [8].

The terminological lexeme *fertiliser* is used metaphorically to indicate the benefits of business cooperation within the Commonwealth, thereby creating figurative multi-layered meanings, which adds depth to B. Johnson's speech: *"We still see economic pressures. And we're seeing spikes in the cost of energy, spikes in the cost of food, and of fertilise"* [9]. Word combinations with noun components A+N, N+of+N: *economic pressures, cost of energy, cost of food* are used to point out the severity of the economic problems faced by countries after COVID-related restrictions.

In his speeches B. Johnson also uses one- and two-part verb constructions to indicate the proactive role of business: *"And I want to begin with a massive thank you to British business. For keeping going. For looking after your employees… For responding to the call for ventilators in those first dark days"* [8]. The metaphoric epithet as a means of secondary nomination adds to the drama of the pandemic period, which connotes the time associated with extreme tragedy and misfortune.

The results of analyses revealed that his discursive personality not merely pointed out economic difficulties, but focuses on possible ways out of the crisis and positive dynamics: *"We are now waging a cross-Whitehall campaign to solve our productivity... Fixing our infrastructure with investment on a scale not seen since the Victorians." "And we are regulating so as to require new homes…"* [8]. Therefore, the use of verb *fix* indicates the need for change and solving long-standing problems; and *to wag, to solve, to regulate* specify the role of the governmental authorities in promoting economic growth and innovation.

The **topic of environment** in Boris Johnson's speeches is an intertwining of the past, present and future. He delved into ancient times, using terminological noun lexemes such as *fossil record, mammalian species, extinction* to describe the evolutionary path of the Earth by creating a historical context through rooting abstract discussions in concrete entities, to make the discourse more cohesive and intelligible to the public. The urgency of climate change became apparent when the politician referred to the wisdom of Oxford philosopher Toby Ord employing the utterance *old enough to get ourselves into serious trouble*. Here, the conceptual nouns *trouble* and *immortality* played a significant role in denoting the state of affairs and humanity. The concept of humanity's responsibility for the planet is represented by the nouns *world, planet, destruction*. Utilizing verbs of intellectual activity *listen and understand*, the politician explicates the need to take necessary actions and solve environmental problems. The UK's abandonment of coal power and the growth of the electric car market are denoted by nouns *coal, electric vehicles, market*, while the action verbs *invest* and *drive* indicate progress and ambition: *"And business will have the confidence to invest. … Here in the north east, Nissan has decided to make an enormous bet on new electric vehicles and together with Envision there is now a massive new gigafactory for batteries… And at Glasgow two weeks ago the tipping point came, as motor manufacturers representing a third of the world market … announced that they would go electric by 2035"* [8].

Emphasizing his commitment to addressing the pressing issues of *climate change*, B. Johnson spells out this clear message using the noun phrase: *"We want to continue to raise the bar on tackling climate change"* [17].

Declaring the urgency of solving today's problems, Boris Johnson presents his positive vision of the UK's future. He asserts that the country would become "*home to innovative businesses, new technologies and green innovations*". The noun *innovation* indicates progress and creativity. The verb *to make* means the act of creating and *to lay* implies fundamental efforts, like building a strong, durable structure. The adjective *green* suggests not only the color associated with nature, but also an environmentally conscious spirit. The phrase *Net zero emissions*, which means achieving an overall balance between greenhouse gas emissions produced and greenhouse gas emissions removed from the atmosphere [19],

represents the achievement of a goal of improving the environment: *"The UK will be home to pioneering businesses, new technologies and green innovation as we make progress to net zero emissions, laying the foundations for decades of economic growth..."* [17].

While the noun *"planet"* presents a global perspective, *"hydrocarbon combustion chambers"* emphasizes the details: *"We can begin to close down those billions of hydrocarbon combustion chambers that you find currently in every corner of the planet"* [7].

The discursive personality also covers the topic of **governance and management**. Boris Johnson discusses state policy and management strategy, using political vocabulary: nouns *government, leadership, policy, administration, service, duty, obligation* and parliamentary vocabulary – *conservative, liberal, opposition, parliament*. The verbalization of the importance of democratic values and the significance of democratic institutions is provided by the nouns *democracy, representation, voters, participation*. The politicians resorts to verbs of mostly foreign origin that denote action and aspirations: *to implement, to regulate, to act, to unleash, to level up, to vote, to restore, to maximise, to promise*. In speeches on this topic, adjectives shade, clarify and add depth to nouns, creating a broader context. For instance, the adjective *new*, used in the phrase *new deal*, emphasizes a departure from the status quo, offering a renewed vision; *strong*, as in *strong leadership*, paints a picture of perseverance and determination, adding depth to the noun *leadership*. Also, in his final speech, the politician talks about the change of leadership in the Conservative Party and the upcoming election of a new leader. Key nouns include *leader, Prime Minister, cabinet*. Johnson expresses his gratitude to the voters who supported the Conservative Party in the 2019 election. He emphasizes the significant mandate they have received, using phrases such as *incredible mandate, largest Conservative majority, largest share of the vote*. The Prime Minister dwells on the achievements of his government, such as Brexit, fighting the pandemic and facing international challenges using *achievements, Brexit, pandemic, vaccine rollout*. Key terms include *investment, infrastructure, skills*.

"The people who bet against Britain are going to lose their shirts because we are going to restore trust in our democracy and ... we will do a new deal, a better deal that will maximise the opportunities of Brexit while allowing us to develop a new and exciting partnership with the rest of Europe…" [7]

"...so I want to say to the millions of people who voted for us in 2019 – many of them voting Conservative for the first time. Thank you for that incredible mandate, the biggest Conservative majority since 1987 ... I felt it was my job, my duty, my obligation to you to continue to do what we promised in 2019" [14]

The discursive personality of B. Johnson also considers the topic of **social and humanitarian domain** with the focus on healthcare, education, society and culture.

The politician delivered speeches on various aspects of health and healthcare during his term in office and has spoken out on important public health issues. The large number of speeches on this topic is due to the fact that most of his time in office was spent during the COVID-19 pandemic. Core thematic elements therefore include pandemic-related nouns *pandemic, vaccination, health* and compounding forms, such as the term *healthcare*, which combines two root morphemes *health* and *care*, indicating the service-oriented dimension of health, *NHS (National Health Service), hospitals, ventilators, intensive care beds, clinics, doctors, nurses, descriptors threat, disease,* accompanied by *verbs to protect, to support, to save, to cope, to treat*. The importance of planning for crisis situations in this area is ensured by the use of phrases with components of medical terminology: *medical research, vaccine development, healthcare innovation, life-saving treatments, research, innovation,* with an emphasis on the contribution of medical research and innovation to healthcare:

"To put it simply, if too many people become seriously unwell at one time, the NHS will be unable to handle it ... So it's vital to slow the spread of the disease… we reduce the number of people needing hospital treatment at any one time, so we can protect the NHS's ability to cope – and save more lives." [15].

In his speeches, Johnson considers the issues of education system. He uses nouns to refer to educational institutions and people involved in activities *schools, colleges, universities, teachers, students*; dwells on cultural heritage and historical significance using phrases of direct nomination*: cultural preservation, national treasures, heritage sites, cultural diversity*. The speeches emphasize the enrichment of culture through education. A separate set of lexical items nominates creativity and innovation in education and culture*: technology, innovative programmes, investment*. In addition, Johnson uses terms such as *genius, talent, enthusiasm* and *imagination* to emphasise the potential he sees in the British population, stressing the importance of equal opportunities. The use of nouns to denote skills and abilities related to the knowledge acquisition is also typical: *literacy, numeracy, education, learning, knowledge, skills, schooling*; verbs such as *unlock, succeed, help,*

receive, spread; as well as qualitative adjectives of a positivly evaluative nature: *world-class, excellent, stable, prosperous, happy*; *world-class* compound adjective. It combines the broad scope of world with the evaluative component.

"... We have at the same time been pushing forward a vast programme of investment in infrastructure, skills and technology ... if I have one insight into human beings it is that genius and talent and enthusiasm and imagination are evenly distributed throughout the population" [13].

"Literacy and numeracy are the building blocks of a world-class education. They unlock the learning, knowledge and skills that every child needs to succeed in later life." [16].

The politician accentuated the importance of building a National Holocaust Memorial and Education Centre to ensure that future generations awareness of this historical atrocity and prevent its recurrence. Boris Johnson uses the following nouns to depict memories of the Holocaust, emphasizing the importance of documenting, understanding and perpetuating the events: *story, scene, holocaust, truth, memory, testimony, reality*. He also utilizes nouns that specify the impact of the Holocaust on generations and society's responsibility to prevent recurrence, focusing on societal forces or technological advances, in shaping how the Holocaust is taught, and remembered: *forces, generation, responsibility, resolve, genocide, technology*. The verbs, that denote action, commitment, and forward movement in ensuring that the Holocaust is remembered and understood by future generations, are used *to promise, to tell, to liberate, to build, to preserve, to share, to encourage*; as well as verbs that convey a more passive meaning, alluding to the challenges of living with the history of the Holocaust and the emotional impact it has had: *to doubt, to happen, to deal, to feel, to forget*. The adjectives denote the severity of the Holocaust, the fight against anti-Semitism, and the preservation of survivors' testimonies for future generations: *unique, deep, special, tangible, palpable, irrefutable, industrialized*. The latter adjective relates to the term "industry", which refers to production, and in combination with the suffix -ized means “turned into systematic production”, in this context referring directly to the systematic extermination during the Holocaust:

"The Holocaust is unique, because it was the industrialised murder of a race..."

"As Prime Minister, I promise that we will preserve this truth forever."

"I feel a deep sense of shame that here in Britain – in 2020..." [10].

The next thematic group is **international affairs**, where two main sub-themes were identified: immigration and the war in Ukraine.

Within the first thematic subgroup, positively evaluated nouns referring to migrants were identified: *refugees, asylum, sanctuary, persecution*; while *people smuggling* and *economic migrants* have a negative evaluation semantics, as they represent immigration problems. The Prime Minister refers to the government's commitment to providing asylum through safe and legal routes and resettlement for vulnerable people in the UK. Johnson uses verbs of positive semantics *to welcome, to resettle, to integrate, to help* to convey a sense of openness and generosity towards immigrants. However, there are also verbs such as *to control, to end, to halt*, which foreground the importance of border management to stop illegal immigration:

"It’s a striking fact that around seven out of ten of those arriving in small boats last year were men under 40, paying people smugglers to queue jump and taking up our capacity to help genuine women and child refugees" [11].

The second subtheme is represented by lexical means with positive and negative connotations: *courage, freedom, glorious, innocent, heroism, bravery, destiny, independence, good, right, barbaric, war crimes, illegal campaign, atrocity, tyranny, oppression, evil, catastrophic mistakes, invasion, missiles, freedom, democracy, aggression, violence, pariah.* He uses clear moral and ethical values to affirm the rightness of Ukraine and the wrongness of Russia's actions. The speaker lays emphases on UK's support for Ukraine by using lexical items with assistance semantics: *solidarity, support, aid, commitment*.

"Innumerable missiles and bombs have been raining down on an entirely innocent population. A vast invasion is underway by land by sea and by air. ... Ukraine is a country that for decades has enjoyed freedom and democracy and the right to choose its own destiny" [14].

"They are committing war crimes, and their atrocities emerge wherever they are forced to retreat ... We in the UK will do whatever we can to hold them to account for these war crimes" [12].

Johnson also calls attention to the importance of imposing sanctions on individuals and entities that supported Putin's actions in Ukraine. The use of the term *sanctions*, which refers to punitive measures, likely of an economic or diplomatic nature, imposed on individuals or countries in response to alleged violations or crimes, reinforces the UK's position and stance against individuals and entities that support

Russia's actions in Ukraine, while the nouns *support, killing, civilians, destruction, occupation* clearly indicate the actions and consequences associated with Russia's aggression in Ukraine and show the seriousness of the situation. Words such as *safe, vicious, ruthless, illegal, sovereign* provide vivid descriptions of the situation and actions, evoke strong emotions underlying the severity of the offences.

"There can be no safe havens for those who have supported Putin's vicious assault on Ukraine. Today's sanctions are the latest step in the UK's unwavering support for the Ukrainian people. We will be ruthless in pursuing those who enable the killing of civilians, destruction of hospitals and illegal occupation of sovereign allies" [1].

Conclusions. Thus, from the point of view of the lexical and semantic aspect, the linguistic identity of an individual is formed by the perfect integration of various linguistic means. In the context of effective communication, Boris Johnson as a discursive personality demonstrates his linguistic prowess by skilfully using a wide range of linguistic elements to convey his messages. The following thematic groups of lexical means represent Johnson's discursive personality: economics and business, environment, governance and management, social and humanitarian domains, international affairs. Boris Johnson's discursive personality is characterized by several distinctive features of his lexical and semantic representation, namely a strong choice of nouns that reflect key themes and values, dynamic verbs, vivid and evocative adjectives to emphasize his thoughts and emotionally engage the audience. His speeches often feature words that reference British history, culture and values and despite his vast vocabulary, Johnson often combines restrained language with evaluatively charged vocabulary, creating a distinctive blend of the formal and the informal. This makes him both knowledgeable and accessible.

Further research can be focused on the study of strategies and tactics of Boris Johnson's discursive personality with regard to variable extralinguistic context.

Bibliography:

1. Abramovich and Deripaska among 7 oligarchs targeted in estimated £15 billion sanction hit. URL: https://www.gov.uk/government/news/abramovich-and-deripaska-among-seven-oligarchs-targeted-in-estimated-15bn-sanction-hit
2. Barber J. Presidential Character. Prentice Hall Press, 1972. 479 p.
3. Boris Johnson's first speech as Prime Minister: 24 July 2019. URL:https://www.gov.uk/government/speeches/boris-johnsons-first-speech-as-prime-minister-24-july-2019
4. Conger J. Charismatic Leadership. Wiley encyclopedia of management. 2015. C. 1–2.
5. Fairclough N. Media Discourse. London: Edward Arnold, 1995. 214 p.
6. Fuller J. B. A Quantitative review of research on charismatic leadership. *Psychological reports*. 1996. T. 78. № 1. C. 271–287.
7. PM address at COP26 World Leaders Summit Opening Ceremony. URL:https://www.gov.uk/government/speeches/pm-address-at-cop26-world-leaders-summit-opening-ceremony)
8. PM speech at the CBI conference: 22 November 2021. URL:https://www.gov.uk/government/speeches/pm-speech-at-the-cbi-conference-22-november-2021
9. PM speech at the Commonwealth Business Forum. URL:https://www.gov.uk/government/speeches/pm-speech-at-the-commonwealth-business-forum
10. PM speech at the UK Commemorative Ceremony for Holocaust Memorial Day. URL:https://www.gov.uk/government/speeches/pm-speech-at-the-uk-commemorative-ceremony-for-holocaust-memorial-day
11. PM speech on action to tackle illegal migration: 14 April 2022. URL:https://www.gov.uk/government/speeches/pm-speech-on-action-to-tackle-illegal-migration-14-april-2022
12. Prime Minister Boris Johnson's address to the Ukrainian Parliament: 3 May 2022. URL:https://www.gov.uk/government/speeches/prime-minister-boris-johnsons-address-to-the-ukrainian-parliament-3-may-2022
13. Prime Minister Boris Johnson's statement in Downing Street: 7 July 2022. URL:https://www.gov.uk/government/speeches/prime-minister-boris-johnsons-statement-in-downing-street-7-july-2022
14. Prime Minister's address to the nation on the Russian invasion of Ukraine: 24 February 2022. URL: https://www.gov.uk/government/speeches/pm-statement-to-the-house-of-commons-on-ukraine-24-february-2022
15. Prime Minister's statement on coronavirus (COVID-19): 23 March 2020. URL:https://www.gov.uk/government/speeches/pm-address-to-the-nation-on-coronavirus-23-march-2020
16. Schools White Paper delivers real action to level up education. URL:https://www.gov.uk/government/news/schools-white-paper-delivers-real-action-to-level-up-education
17. UK enshrines new target in law to slash emissions by 78% by 2035. URL:https://www.gov.uk/government/news/uk-enshrines-new-target-in-law-to-slash-emissions-by-78-by-2035

18. Van Dijk T. A Discourse as Structure and Process: Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction, Vol. 1. Sage, 1997. 356 p.
19. What is net zero? URL: https://www.nationalgrid.com/stories/energy-explained/what-is-net-zero
20. Аніканова Л. О., Єнікєєва С. М. Соціолінгвальні та лінгвопрагматичні параметри мовленнєвої поведінки Бориса Джонсона. *Нова філологія*. 2021. №. 83. С. 16–23.
21. Деренчук Н. В. Мовний портрет сучсного українського політика: дис… канд. філол. наук : 10.02.01. Луцьк, 2018. 228 с.
22. Жовтюк Т. Лінгвокомунікативний аналіз мовлення політичного лідера Бориса Джонсона у соціальних мережах. *Студентський науковий вісник*. 2021. № 46. С. 109–111.
23. Лазор К. П. Теоретична проблематика харизматичного політичного лідера. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського; Серія : Психологія*. Том 31 (70). № 3. Одеса : Гельветика, 2020. С. 149–152.
24. Нікітіна А.В. Дискурсна особистість як лінгводидактичне поняття. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Педагогічні науки : зб. наук. праць.* Миколаїв : МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2015. № 4. С. 135–140.
25. Пахаренко А.В. Дитина як авторитарна дискурсивна особистість (на матеріалі сучасної англійської мови) : дис. … канд. філол. наук : 10.02.04 Харк. нац. ун-т імені В.Н. Каразіна. Харків, 2020. 260 с.
26. Романишин Н.І., Гузан А.П. Мовностилістичні особливості дискурсу у сфері дипломатії (на матеріалі промов політика Петра Порошенка та президента України Володимира Зеленського). *Молодий вчений*. № 11 (99). 2021. 232–234 С.
27. Політологічний енциклопедичний словник / упорядник В. П. Горбатенко; за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. 2-е вид., доп. і перероб. К.: Генеза, 2004. 736 с.
28. Романченко А. П. Мовна, комунікативна, дискурсивна особистість: проблема кореляції понять. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія*. 2016. Т. 1. № 25. С. 68–70.
29. Славова Л. Л. Мовна особистість політика у дзеркалі образно-асоціативного сприйняття: США-Україна. *Мовні і концептуальні картини світу.* 2014. №. 47 (2). С. 335–345.
30. Солощук Л.В. Дискурсивна особистість у світлі теорії полікодовості комунікативного процесу. *Записки з романо-германської філології*. 2015. Вип. 1. -С. 167-174. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf_2015_1_26
31. Сорокопуд М. Чисті типи політичного лідерства у теорії М. Вебера. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. -2015. Вип. 7. С. 84–91. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlu_fps_2015_7_10.
32. Оцінна конотація номінативів на позначення суб'єктів політичного дискурсу (на матеріалі українських ЗМІ). *Лексикографічний бюлетень: Зб. наук. пр.* К.: Ін-т української мови НАН України, 2007. Вип. 15. С. 67–71.

Козлова В. В., Малишева А. А. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ДИСКУРСИВНОЇ ОСОБИСТОСТІ БОРИСА ДЖОНСОНА

Стаття присвячена дослідженню лексико-семантичного аспекту репрезентації дискурсивної особистості Бориса Джонсона. Уточнено поняття дискурсивної особистості та виокремлено її структурні компоненти. За допомогою компонентного аналізу промов Б. Джонсона було виділено та охарактеризовано тематичні групи: «економіка та бізнес», «екологія», «уряд та управління», «соціально-гуманітарна сфера», «міжнародні відносини», які репрезентують дискурсивну особистість Бориса Джонсона. Був проведений аналіз лексико-семантичної репрезентації дискурсивної особистості в межах кожної із виділених тематичних груп. Встановлено семантичні та морфологічні особливості використаних лексичних одиниць. Мовний аналіз виявив, як терміни, абстрактні іменники, дієслова дії та відносні прикметники, пов'язані з економікою, використовуються для створення образу Великої Британії в промовах Джонсона. З'ясовано використання дієслівних конструкції для підкреслення активної ролі британського бізнесу в подоланні кризи. Тематика екології проаналізована як поєднання минулого, сьогодення і майбутнього, де особлива увага фокусується на термінологічних іменникових лексемах. Основний акцент в екологічній тематиці робиться на кліматичних змінах. Виділено та проаналізовано семантичні нюанси окремих слів і словосполучень, які Джонсон використовує для вираження своєї думки. Виявлено, що промови на тему управління та урядування насичені політичною лексикою, що демонструє прагнення політика підкреслити значущість демократичних цінностей та інститутів. Відзначається, що Джонсон у своїх виступах також звертається до досягнень свого уряду, таких як Brexit та боротьба з пандемією, акцентуючи на ключових термінах, пов'язаних з інвестиціями, інфраструктурою та освітою. Висвітлюється підхід політика до питання громадського здоров'я, особливо в контексті пандемії COVID-19, системи освіти і культурної

спадщини Великобританії. Проаналізовано використання Джонсоном термінологічної лексики, що відображає його бачення освітньої та культурної політики. Висвітлюються слова та фрази, що передають емоційну важливість пам'яті Голокосту та унікальний характер цієї трагедії. Досліджено підхід Бориса Джонсона до міжнародних відносин з акцентом на дві ключові підтеми: імміграція та конфлікт в Україні. Схарактеризовано морально-етичні цінності для підкреслення правоти України і несправедливості російської агресії. Лексика, якою користується Джонсон, яскраво ілюструє зображення війни та її наслідків, а також відношення Великої Британії до цього конфлікту. Публікація покликана компенсувати лакуни, які наявні сьогодні у сфері дослідження лексико-семаничних аспектів у репрезентації дискурсивної особистості політика.

Ключові слова: *тематична група, лексико-семантична репрезентація, семантичний компонент, лексичні засоби, дискурсивна особистість Бориса Джонсона, політичний дискурс.*

UDC 811.133.1:81’373.611
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/12

Kosovych O. V.
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University

PECULIARITIES OF THE USE OF EXPRESSIVE MEANS IN SYNCHRONOUS AND ANALYTICAL COMMENTARY IN BRITISH FOOTBALL REPORTAGE

The article is devoted to the topical issue of improving the effectiveness of speech communication in the football environment in order to achieve full mutual understanding between its participants. Since each culture has its own way of playing football, its own tactics of achieving victory, its own way of supporting teams, difficulties arise in the process of communication between multilingual participants of football discourse. In this article, the author, analysing the variants of the football language, its lexical, syntactic, stylistic features, comes to the conclusion that successful communication in a foreign language requires an ethnocultural study of the cognitive and pragmatic aspect of the discourse under study, and it is also important to choose the right language variant and style of communication that is suitable for a given socially and professionally determined situation.

The study of linguistic means used in football discourse, especially expressive means of language, is among the tasks of our research, as they are components of the institutional code of culture and participate in the formation of national and cultural parameters of sports discourse. Being a non-isolated phenomenon, the specialised football language, considered as an integral part of the culture and language system, is one of its powerful text-forming means. It has been established that in order to achieve successful communication in the football sphere, ethnocultural studies of the cognitive and pragmatic aspect of the studied discourse and the ways of its verbalisation are necessary.

The author emphasises that the differences in the quantitative ratio of expressive means in synchronous and analytical commentary in British football discourse are primarily due to the tasks they perform. Synchronous commentary is intended to influence the audience's perception of the game, to create the right atmosphere and mood while watching a football match. Analytical commentary is used to provide the necessary information, analyse the actions of the players, give them a professional assessment and thus create the right impression of what they saw. That is why lexical expressions play such an important role in this type of commentary. In turn, the almost complete absence of differences in the composition of expressive means in both types of commentary can be explained by the fact that, despite the specific tasks performed by each of them, they are part of a single whole – live football reporting. The author comes to the conclusion that the language of football in general is characterised by a wide variety of idiomatic expressions, metaphors, idioms, as well as borrowings that occur in live football commentary and in the speech of fans. The analysis revealed that the majority of borrowings in French football terminology appeared thanks to Anglicisms. The English language of football also contains some borrowings from French and other languages to name foreign football realities.

Key words: *terminology, football terms, mass media, reportage, text structures, text, text-forming means, language means, vocabulary, evaluative and emotionally expressive vocabulary, phraseology, borrowing.*

Introduction. Among the variety of media genres, sports reportage is one of the most expressive and emotional. This is largely due to the dynamics of competitive sports events and the emotional tension associated with them. Therefore, we believe that when considering the speech of sports commentators, it is necessary, first of all, to pay attention to the expressive means of language. It is their use in sports reportage (more specifically, in the speech of British football commentators) in various situations that is the subject of this study.

We have to note that under the reportage we understand the informational genre, which implies the description of an event in which the author acts as an observer or participant [1, p. 224]. Based on this definition, we can assert that the speech of a sports commentator during the broadcast is a reportage. Within the framework of this study, football will be considered in detail.

Football matches are always characterised by strong emotional tension, which means that the expressive function of language comes to the fore, i.e.

its "ability to express all sorts of relations linking the denotation of reality with a fundamentally emotional perception of reality and a endeavour to convey this perception to the recipient" [2, p. 6].

Analysis of recent research and publications. A lot of research has been devoted to the study of sports reporting. In English-language literature, the attention of researchers is focused on commentary that is considered broadly as a spoken account of events that are actually taking place (J. Delin; N. Fairclough; M. Lewandowski; T. Müller) (a spoken account of events that are actually taking place [8; 11; 16; 17; 19]. For the coverage of sports events Ch. Ferguson suggests using the term "sportcasting". Ch. Ferguson considers this genre as a live monologue or a dialogue-on-stage, intended for an unknown, invisible and heterogeneous audience, which does not imply a direct response, but implies that the reporter and the audience have common knowledge about the sporting event [12]. Having carried out a comparative analysis of the communicative functions of TV and radio reports, J. Rieser came to the conclusion that in TV reports approximately 20 per cent of information is visual, while radio reporters have to include both essential information and details in their reports to create the effect of presence. According to J. Rieser, radio reportage is characterised by greater linguistic variability for the reason that language is the only channel for transmitting different types of information.

M. Lewandowski distinguishes several genre varieties of sports reportage – "Sport Announcer Talk" (SAT), "Online Sports Commentary" (OSC) and "Written Sports Commentary" [16]. The study of "Live Text Commentary" was conducted by J. Chovanec [6], a new genre of online journalism, which allows professional journalists to cover a sporting event virtually synchronously with it on the Internet.

Formation of the purpose of the article. However, the linguistic and stylistic peculiarities of English-language online textual broadcasts have, in our opinion, received insufficient attention, which determines the relevance of the chosen topic. On the basis the analysis of recent research and publications in the field of football reportage it is necessary, in our opinion, to focus on the study of expressive means used in sports reporting. So, the task of the article is to describe the discursive characteristics of spontaneous discourse, in particular football commentary, using general linguistic methods, the method of discourse analysis and pragmatic interpretation on the material of English-language football commentary. The aim of the study is to highlight such distinctive features of the characterised genre as conveying the dynamics of events, uncertainty, high emotionality, explanatory and evaluative (positive and negative) statements, appeal to certain facts, as well as to identify the linguistic means of this discourse. Also this article will examine the various techniques that allow football commentators to attract and retain an audience, make their report interesting and create emotional tension, from the perspective of different game situations and two types of sports commentary.

Results and discussion. It is important to note that football comments are inherently heterogeneous. This is due to the specific nature of this sport. A match lasts for 90 minutes (not counting the compensatory and sometimes extra time and the penalty shootout), and it is obvious that not all game segments are equally dynamic and exciting. The commentator's statements can be divided into those that directly describe the players' actions and those that give some information, analysis or evaluation of what is happening. In foreign linguistics the corresponding types of comments are called *play-by-play commentary* and *colour-adding commentary* [19, p. 362].

The first type of commentary serves to convey the actions of athletes in real time, i.e. as they are performed, as well as to convey the events related to these actions. In the context of football commentaries, in our opinion, the most appropriate word is the word "transfer" of actions, because the actions themselves are not always named or described, they are rather labelled with the help of the names of the players in possession of the ball, as well as prepositions that allow to indicate the actions of the players. and prepositions to indicate the direction in which the ball is travelling. Consider the following examples:

"Fernandes... Four on three for a moment here!" (Uruguay – Portugal, 30/06/18);

"Ronaldo with some work space, Benze-ma fighting for his position in the centre. Ronaldo! Big hand from ter Stegen" (Real Madrid – Barcelona, 23/04/2017).

Like prosodic expressive means, this way of constructing statements allows, in our opinion, to give the situation emotional tension and to convey the dynamics of a football match. Noun sentences and ellipsis are often widely used by British football commentators at the moment of the beginning of a dangerous attack by one of the teams, after which, if the threat of a goal remains real, the commentator gradually moves on to listing the names of the players receiving the ball. With such sentences, the commentator gives a brief description of the situation on the pitch. In particular, in one of the examples presented, the commentator draws the viewers' attention to the

ratio of players of the attacking and defending teams during an attack: *"Four on three for a moment here!"*

The increase in the number of such syntactic constructions becomes for the The increase in the number of such syntactic constructions becomes a kind of signal to the audience that something extremely important and interesting is happening or is about to happen on the field and that special attention should be paid to it. With the help of this technique, the commentator creates a feeling in the audience that the events are developing so rapidly that there is no time to describe them in detail. This contributes to the creation of emotional tension. In addition, the use of nominative syntactic constructions and ellipsis is dictated by the specifics of football broadcasting: the audience sees what is happening on the pitch and does not need detailed descriptions of the players' actions.

The rapidity of the development of events during key episodes of a football match is one of the main reasons for the widespread use of this technique by commentators. In the material under study, synchronous comments account for 143 such examples. However, syntactic expressive means in the discourse under consideration are not limited to such episodes. In the analytical commentary, syntactic means are not so numerous (81 examples), but somewhat more diverse. The following examples are taken from situations where serious time constraints are practically absent.

In particular, elliptical nominative constructions are also used in commentaries that are given immediately after an important episode and represent its analysis and evaluation.

"– ...and Mbappe! Oh! Yes! France in this see-saw game three-two up!!!" (France – Argentina, 30/06/2018);

"– Larsson... Berg!!! Goalkeeper at the highest class with an important save right on the whistle" (Germany – Sweden, 23/06/2018).

In the presented fragments the commentators use nominative sentences and ellipsis in the part of the statement that should be referred to the analytical commentary. In this case, this technique serves to enhance the emotional impact immediately after a goal is scored or a dangerous shot is made at the goal of one of the teams.

The use of statements that do not form a sentence, but only represent it, i.e. interjections and modal words, deserves special attention. Here are some examples:

"Oh! Vital challenge by Boateng!" (Germany – Sweden, 23/06/2018);

"Three in the box waiting for the cross... and it is Bale!!! Oh wow!!! How about that!!!" (Real Madrid v Liverpool, 26/05/18);

"And somehow he missed from a yard or two. Yes. It was just a fingertip or even a finger nail perhaps" (Brazil v Switzerland, 17/06/2018);

"I think he probably got that covered, the Liverpool goalkeeper" (Real Madrid – Liverpool, 26/05/2018).

The use of nominative, elliptical sentences and lexical units expressing emotions, in our opinion, once again confirms the thesis that when commenting on key moments of the match, the most important characteristic of speech for British football commentators is expressiveness rather than informativeness.

However, analytical commentary is much broader and is not limited to situations such as those demonstrated in the examples above.

The use of nominative and elliptical constructions in statements that are not directly related to the description of events that take place on the field is due to the desire to maintain the general dynamics of the commentary. For example, when discussing team line-ups at the beginning of the broadcast:

"For Craig Shakespeare – Kasper Schmeichel, a corner stone of Leicester's Premier League adventures" (Arsenal – Leicester City, 11/08/2017).

This sentence construction is very typical for British football commentators. The use of relatively brief statements in any situation allows the overall emotional tension to be maintained even at times when the events of the match are not able to evoke any strong feelings in the audience.

In their speech, British football commentators use lexical expressive means to describe the situation more vividly and make it more emotional.

In the comments describing the events happening on the pitch at the moment, the number of lexical expressive devices is relatively small (compared to analytical comments), which is due to the specifics of the events themselves: they either do not require vivid descriptions, or they develop too quickly, leaving no time for the commentator to use such techniques. Nevertheless, sometimes epithets are used in synchronic commentaries:

"Gündogan, a substitute... Deflection! Oh what a terrific save!" (Germany — Sweden, 23/06/2018);

"Suarez over on that far side and it's pinpoint. A dangerous cross! Cavani!!!" (Uruguay – Portugal, 30/06/2018).

In the examples under consideration, the epithets were used directly at the moment when the players performed the corresponding action. There were 21 such cases in the synchronous comments. In the conditions of limited time, the commentator tries to give both a description and an evaluation of what is happening at the same time.

In addition to epithets, metaphors are often used in such situations:

"Rakitic... aimed it beyond... Mandzu-kic... And fired home by Perisic!!!" (Croatia – England, 11/07/2018);

"Antoine Griezmann... First blood France! One – nil!" (France – Argentina, 30/06/2018).

Here metaphor is used not so much to evaluate an event after it has happened, but to describe it in real time. In the synchronous comments from the material under study, metaphor is used 12 times.

In these examples, the use of epithets and metaphors has a dual purpose: on the one hand, with their help commentators give their speech an emotional colouring and contribute to the adequate perception of the moment by the audience; on the other hand, the same language units are used to describe the event directly at the moment of its occurrence, i.e. it is a synchronous commentary. The expressiveness here lies in the commentator's endeavour to convince the audience that the events unfolding at the moment of the match are interesting and exciting, and that the players are showing all their skills.

In the analytical commentary lexical expressive means are used much more often than in the synchronous commentary: epithet – 85 times, metaphor – 39 times, besides, hyperbole is used 12 times. This is due to the fact that temporal restrictions partially disappear here. Besides In addition, the change in the quantitative ratio of such means in the transition from synchronous to analytical commentary is connected with the change in the tasks that these means must fulfil. After all, in the second case the commentator has to convince the audience that his assessment, his vision of the described episode of the game is the most correct.

It should be noted that among the lexical expressive means used in both types of football commentary, metaphors and epithets play a key role, as they allow to describe a particular episode of the match or the general situation on the pitch quite vividly and, at the same time, briefly. Here are some examples:

"And the wounded giant has woken up! And they are back alive!" (Germany – Sweden, 23/06/2018);

"And somehow, he missed from a yard or two. Yes. It was just a fingertip or even a finger nail perhaps" (Brazil – Switzerland, 17/06/2018);

"What a save by Pickford! He was a brick wall" (Croatia – England, 11/07/2018).

As can be seen from the presented fragments, metaphors in this type of commentary are usually used to describe the players' actions or the whole moment in a more colourful way. The only exception here is perhaps the first one, where "the wounded giant" and "back alive" illustrate the general state of affairs in the match and in the standings.

The second key expressive means in the type of football commentary under consideration is the epithet. While metaphors, as a rule, help to describe the situation on the pitch in a capacious and concise way, epithets allow us to see the commentator's attitude to the situation and create a vivid impression of what the audience has seen.

Here are some examples of the use of epithets in analytical commentary:

"That fearsome front two combines to give Uruguay a stunning start here in Sochi!" (Uruguay – Portugal, 30/06/2018);

"What a tiny take! What a sharp pirouette! What a rocket of a hit!" (Argentina – Iceland, 16/06/2018);

"Clever play, combination, lovely little one-two, acceleration into the box and an absolutely top-drawer finish" (Real Madrid – Barcelona, 23/04/2017).

Expressiveness in the assessment of significant moments on the pitch is due to the fact that the task facing the commentator immediately after the completion of an episode is to give a professional and, at the same time, emotional assessment of the players' actions. That is why, as can be seen from the presented examples, commentators, as a rule, use lexical expressive means with positive connotation, although there are exceptions, of course. For example, among the epithets used in the analysed analytical comments, 14 out of 85 (approximately 16%) have negative connotations.

"Lovren ends up looking reckless, is reckless, puts himself under pressure" (Manchester City – Liverpool, 03/01/2019);

"Ola Toivonen has put Germany on the brink of a humiliating exit!!!" (Germany – Sweden, 23/06/18);

"Oh! Looked nasty, didn't it?" (Real Madrid – Liverpool, 26/05/2018).

Another expressive device used in this type of commentary is hyperbole, although it is somewhat less common than the aforementioned metaphor and epithet. British football commentators are quite often prone to exaggerate the significance of the broadcast match, the importance of a particular event on the pitch or the skill of the players. Here are some examples:

"And it's in!!! And I can't remember the last time I saw something like this!!! Extraordinary scenes at the Nou Camp!!! Sergio Roberto!!! The substitute!!! Heэs the hero of the hour and it is the greatest Champions League Nou Camp comeback of all time!!!" (Barcelona – PSG, 08/03/2017);

"Cavani!!! Brilliant!!! And that is simply stunning. Any angle, any situation. He can find a way to go!" (Uruguay – Portugal, 30/06/2018);

"What a hit from miles out!" (Brazil – Switzerland, 17/06/2018).

It is clear from the presented examples that hyperbole, as well as other lexical means in the analytical commentary, allows to create a feeling that the events taking place on the field are extremely interesting and important, sometimes even unique. Viewers watch the game through the prism of the commentator's assessment of what is happening, and this assessment should be high enough and emotional enough to hold the attention of a large audience.

Another important lexical expressive means used by commentators is the interjection. The use of words expressing emotions, in some cases helps to denote the moments that are most interesting for the audience and characterised by significant emotional tension, and allows the commentator to create and maintain interest in the match. The use of interjections is characteristic of both types of commentary. The most frequent is the interjection oh, occurring 43 times in the research material – 25 times in the synchronous and 18 times in the in the synchronous commentary and 18 times in the analytical commentary. Here are some examples.

Synchronous commentary:

"Ronaldo... with a shot! Oh, it's a goal!" (Portugal – Spain, 15/06/2018);

"Brandt! Oh, he's so unlucky!!!" (Germany – Sweden, 23/06/2018).

Analytical commentary:

"Oh, it touches the defender doesn't it?" (Korea Republic – Germany, 27/06/2018);

"Oh, this is the one. He just didn't curve it, did he?" (Real Madrid – Liverpool, 26/05/2018).

It should be noted that the presented examples do not reveal the whole variety of lexical expressive means used by British football commentators. We have highlighted only those that are used systematically, that occur in every broadcast and in the speech of every British football commentator.

Analysing the expressive devices used in the two types of football commentary shows that there are no significant differences between the two, with the exception of the use of hyperbole in the analytical commentary. Nevertheless, there is a noticeable difference in the quantitative ratio of expressive means and, consequently, in which means form the basis of expressiveness of synchronous and analytical commentary in football reporting.

In the first case, the key role is played by prosodic and syntactic expressive means. Due to the specifics of the sport in question, the time for describing and evaluating the unfolding events in such situations is very limited, and for this reason the comments, as a As a rule, the comments are very brief, which, in turn, does not allow using a large number of lexical expressive means. Prosodic means, on the contrary, do not depend on the length of the utterance, and with their help commentators can compensate for the lack of words and create an appropriate mood in the audience. Syntactic expressive means within this type of football commentary are represented, first of all, by nominative sentences, statements expressed by modal words that do not form a sentence, and ellipsis. These techniques serve, on the one hand, to save time and, on the other hand, to convey the dynamics of events. In addition, since the audience can see what is happening on the field, the commentator does not have the task of telling in detail about the actions of the players. The described type of sentences allows to give exactly as much information as required and not to overload the commentator's speech with unnecessary words. This makes the information easier to understand.

In turn, the analysis of analytical commentary in British football discourse shows that the basis of expressiveness here is made up of lexical and syntactic expressive means, which is dictated by the need not only to provide the audience with a sufficiently brief analysis and assessment of the game, but also to do it with a proper degree of emotionality. Lexical means serve, first of all lexical means serve, first of all, to create a "correct" impression of the players' actions on the pitch, while the syntax of the discourse in question contributes to maintaining the general dynamics of commentary.

Conclusions. Thus, the differences in the quantitative ratio of expressive means in synchronous and analytical commentaries in British football discourse are primarily due to the tasks they fulfil. Synchronous commentary is designed to influence the audience's perception of the game, to create the right atmosphere and mood when watching a football match. Analytical commentary is used to give the necessary information, to analyse the actions of players, to give them a professional assessment and, thus, to create the right impression of what is seen. That is why lexical expressive means play such an important role in this type of commentary. In addition, there are also differences in the conditions in which each type of commentary is applied. Of particular importance is time, the lack of which during key episodes of the match determines the wide use of prosodic expressive means in synchronous com-

mentary. In turn, the almost complete absence of differences in the composition of expressive means in both types of commentary can be explained by the fact that, despite the specific tasks performed by each of them, they are part of a single whole – live football reportage.

Bibliography:

1. Буше Ж.-Д. Репортаж у друкованій пресі. К., 2003. 104 с.
2. Галлер М. Техніка репортажу: навчальний посібник. К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. 348 с.
3. Косович О. В. Сучасна футбольна термінологія французької та англійської мов: аналіз основних джерел формування. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 34 (73) № 1 Ч. 1 2023. С. 178-183.
4. Alder J. Football Glossary. URL: https://www.thoughtco.com/football-glossary-1335397 (дата звернення: 15.09.2023).
5. BBC World Service. Learning English: Vocabulary – football. URL: http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/grammar/vocabulary/football.shtml (дата звернення: 15.09.2023).
6. Chovanec J. Simulation OfSpoken Interaction In Written Online Media Texts // Brno Studies in English. Vol. 35. № 2. 2009. URL: http://www.phil. muni.cz/plonedata/wkaa/BSE/BSE_2009-35-0ffprints/BSE2009-35-2-(109-128)%20Chovanec.pdf. (дата звернення: 03.19.2023).
7. Crystal David. The Encyclopaedia of the English Language, Cambridge University Press, 1999. P 412–413.
8. Delin J. The Language of Everyday Life. L.: Sage Publications Ltd., 2000. 224 p.
9. English football slang. URL: http://www.lingualearnenglish.com/blog/featured/english-football/ (дата звернення: 19.06.2023).
10. Euro 2016: the football snobs' dictionary. URL: http://www.gq-magazine.co.uk/article/euro-2016-football-jargon-dictionary (дата звернення: 16.09.2023).
11. Fairclough N. Media Discourse. L. : Edward Arnold, 1995. 214 p.
12. Ferguson C. A. Sports announcer talk: syntactic aspects of register variation // Language in Society. 12 (2). 1983. P. 153–172.
13. Football (soccer) dictionary, glossary and terms. URL: http://football-bible.com/soccer-glossary/letterc.html (дата звернення: 16.09.2023).
14. Laws of the game. URL: https://www.fifa.com/mm/Document/FootballDevelopment/Refereeing/02/36/01/11/LawsofthegamewebEN_Neutral.pdf (дата звернення: 16.09.2023).
15. Gerhardt C. A multi-modal analysis of live TV football commentary. The Linguistics of Football. Tübingen: Gunter Narr, 2008. P. 283-294.
16. Lewandowski M. The Language of Online Sports Commentary in a Comparative Perspective. Poznan: Lingua Posnaniensis. Vol. LIV (1). 2012. P. 65–76. URL: https://www.academia.edu/5645611/The_language_of_online_sports_commentary_in_a_comparative_perspective. (дата звернення: 03.10.2023).
17. Lewandowski M. The Language of Soccer: A Sociolect or a Register? Język, Komunikacja, Informacja (Language, Communication, Information). Poznan: SORUS, 2008. P. 21-32.
18. Mitchenko B. Thesaurus of football English terms on the basis of sport reportage//Європейські мови – 2019: іновації та розвиток: за матеріалами 17-ї міжнародної студентської конференції. Електронне видання. Дніпро, 2019. С. 39.
19. Müller T. Football, language and linguistics. Tübingen: Gunter Narr, 2007. C. 362.
20. Oxford Dictionaries. URL: http://oxforddictionaries.com/ (дата звернення: 16.09.2023).
21. Reaser J. A Quantitative Approach to (Sub) Registers: The Case of "Sports Announcer Talk". Discourse Studies. Vol. 5.3. 2003. P. 303–321.

Косович О. В. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРАЖАЛЬНИХ ЗАСОБІВ У СИНХРОННОМУ ТА АНАЛІТИЧНОМУ КОМЕНТАРЯХ У БРИТАНСЬКОМУ ФУТБОЛЬНОМУ РЕПОРТАЖІ

У статті розглядаються особливості використання експресивних засобів мови британськими футбольними коментаторами в різних ситуаціях під час прямої трансляції футбольних матчів на телебаченні. Зокрема, аналізується зміна набору експресивних засобів, а також їхнього кількісного співвідношення під час коментування дій гравців у реальному часі та під час обговорення певного епізоду чи матчу загалом. Відповідні типи коментаря в західному мовознавстві заведено позначати термінами "play-by-play commentary" і "colour-adding commentary". У рамках цього дослідження використовуються терміни "синхронний коментар" і "аналітичний коментар". Автором наголошується на тому, що відмінності в кількісному співвідношенні експресивних засобів

у синхронному й аналітичному коментарях у британському футбольному дискурсі зумовлені насамперед тими завданнями, що вони виконують. Синхронний коментар покликаний вплинути на сприйняття гри аудиторією, створити правильну атмосферу, настрій під час перегляду футбольного матчу. Аналітичний коментар використовується для того, щоб дати необхідну інформацію, проаналізувати дії гравців, дати їм професійну оцінку і, тим самим, створити правильне враження від побаченого. Саме тому таку важливу роль у цьому типі коментарів відіграють лексичні експресивні засоби. Своєю чергою, практично повну відсутність відмінностей у складі експресивних засобів в обох типах коментарів можна пояснити тим, що, незважаючи на специфічні завдання, що виконуються за допомогою кожного з них, вони є частиною єдиного цілого – прямого футбольного репортажу.

Стаття є аналізом того, які просодичні, синтаксичні та лексичні експресивні засоби є найхарактернішими для двох типів коментарів, яку функцію вони виконують і чим зумовлене використання тих чи інших експресивних засобів у конкретних ситуаціях.

Ключові слова: *експресивні засоби, оцінна та емоційно-експресивна лексика, футбольний коментар, ЗМІ, синхронний коментар, аналітичний коментар.*

УДК 821.111(94)’34’27
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/13

Костроміна О. В.
Національний університет «Одеська морська академія»

ПРОСОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЯ АВСТРАЛІЙСЬКИХ ПОЛІТИКІВ

У фокусі дослідження перебуває просодична варіативність мовлення австралійських політиків. У сучасних лінгвістичних студіях чільне місце посідає вивчення особливостей політичного дискурсу, який є вираженням взаємовідносин між людиною і суспільством.

На сучасному етапі розвитку лінгвістики на перший план наукових досліджень висувається людина, її потреби, мотиви, цілі, наміри і очікування. Сьогодні можна говорити про глобальну антропоцентричну тенденцію у розвитку мовознавства, про всебічне вивчення проблеми людини в мові.

У зв’язку з цим опис мовленнєвої поведінки мовця, сферою вивчення якого є професійна належність, стає важливим аспектом лінгвістичних досліджень.

Мовлення людини є індикатором її статусної, професійної належності: здебільшого людина може судити про статус свого співрозмовника у перші хвилини розмови.

Ступінь впливу професії на мовленнєву поведінку людини тим вищий, чим більшу кількість вербального спілкування передбачає її професія.

Найбільш яскраво професійно-клішована просодія проявляється тоді, коли мовець грає ролі, що утворюють ядро соціальної сутності його статусу.

У пропонованому дослідженні увага приділяється визначенню мелодійних особливостей, які поєднують шкали, тони та частотність вживання цих параметрів в мовленнєвому репертуарі політиків.

Метою роботи є визначення просодичних та соціальних (гендерних) чинників в мовленнєвій поведінці політиків та з’ясування ступеня кореляції між ними.

У роботі було проведено фонетичний експеримент, який дозволив зробити низку висновків щодо гендерних та мелодійних особливостей мовлення австралійських політиків.

Аналіз проводився за такими параметрами: синтагматичне членування, інтонаційна шкала, термінальний тон.

Отримані результати дозволили стверджувати, що найбільш рекурентним термінальним тоном є низький термінальний тон, який домінує в мовленні представників двох гендерних груп.

Серед інтонаційних шкал переважає спадна шкала в чоловічому мовленні; в жіночому – поряд зі спадною вживається й висхідна.

Аналіз особливостей синтагматичного членування показав, що в мовленні політиків двох гендерних груп найчастотнішими є синтагми з 5–8 складів.

Отже можна стверджувати, що загальними соціально-маркованими для двох груп інформантів є такі просодичні характеристики як:

- *низький спадний термінальний тон;*
- *спадна інтонаційна шкала;*
- *подрібнене синтагматичне членування.*

Ключові слова: *просодична, варіативність, мелодійні, тон, шкала, політик, австралійський.*

Постановка проблеми. У фокусі пропонованого дослідження перебуває просодична варіативність мовлення австралійських політиків. У сучасних теоретичних розвідках багато уваги приділяється дослідженню політичного мовлення, особливо британських та американських політиків. Мовлення австралійських політичних діячів, насамперед їхня мовленнєва поведінка ще не були в центрі інтересів вітчизняних науковців.

Вивчення просодичних характеристик полягає в дослідженні складної єдності чотирьох комунікативно значущих компонентів: мелодики, темпу, наголосу та тембру. У дослідженні увага приділяється мелодиці, яка поєднує шкали, тони та частотності вживання цих параметрів у мовленні досліджуваних інформантів. Як відомо, мелодійний компонент є найбільш функціонально навантаженим, найбільш інформативним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мовлення політичних діячів вже давно перебуває в центрі уваги вітчизняних науковців (Н. В. Петлюченко [4], Н. О. Коваль [1], О. В. Стингач [5], В. В. Читайкіна [6] та ін.).

Лінгвісти зазначають, що важливу роль у створенні іміджу політичного діяча відіграє просодія. Визначенню політичного дискурсу та його особливостям присвячена робота О. В. Стингач. Авторка проаналізувала взаємодію просодичних та кінетичних засобів в мовленні британських політиків і дійшла висновку, що основною функцією політичного дискурсу є спрямованість на максимально ефективну реалізацію функцій впливу [5].

Н. О. Коваль, досліджуючи імідж політичного діяча, виокремила основні просодичні параметри, які є маркерами для створення іміджу політика [1].

Проте, мовленнєва поведінка австралійських політиків ще не перебувала в центрі інтересів зарубіжних і вітчизняних лінгвістів.

Метою статті є визначення просодичних та соціальних чинників у мовленнєвій поведінці австралійських політиків та з'ясування ступеня кореляції між ними.

Матеріалом пропонованого дослідження слугували фрагменти виступів австралійських політиків під час дебатів на каналі «The Lifestyle Channel». У програмі брали участь шість політиків – троє чоловіків і троє жінок.

Завданням роботи було:

– опис основних просодичних параметрів політичного дискурсу;

– встановлення ролі просодії у формуванні мовленнєвих портретів сучасних австралійських політиків, враховуючи гендерний аспект;

– визначення основних просодичних параметрів, які можуть слугувати маркерами мовлення австралійських політиків.

Виклад основного матеріалу. У сучасних лінгвістичних розвідках чільне місце належить визначенню політичного дискурсу, який є вираженням взаємовідносин між людиною і суспільством та функціонально орієнтований на формування у реципієнтів певної соціально забарвленої картини світу або світогляду. Метою політичного дискурсу є боротьба за владу, а його учасниками стають політичні діячі та суспільство. Політичний дискурс актуалізується в таких усних та письмових жанрах, як промова політика, інавгураційне звернення президента, політичний документ (указ президента, зміст закону, комюніке), звіти уряду в парламенті [5].

Лінгвісти неодноразово підкреслювали, що необхідною умовою успішного публічного виступу, є дотримання політиком стандартних норм мови. Відхилення від загальноприйнятих норм, зважає мовному загалу, відволікає слухача від змісту вислову і заважає його розумінню [8].

Британський лінгвіст Б. Бредфорд, аналізуючи мовні особливості комунікативної діяльності в середовищі політичних діячів, сформулювала три основних вихідних тези:

1. Політичні діячі є самостійною, досить численною соціальною групою.

2. Ця соціальна група характеризується комплексом особливостей у використанні мовних засобів, у тому числі й на вимовному рівні.

3. Вимовні форми варіюють у мовленні політиків залежно від соціальної ситуації спілкування [7].

Вітчизняний лінгвіст Є. В. Корнєлаєва відмічає, що публічний виступ обов'язково відрізняється варіативністю просодичного оформлення [2]. Якщо оратор вміло варіює гучністю і швидкістю промови, приділяє увагу синтагматичному членуванню, різноманіттю мелодійної складової промови, вживає різноманітні емфатичні прийоми для виділення найбільш значущих відрізків промови, у цьому випадку публічний виступ буде максимально ефективним. Принципово важливим є те, що виділеність певних компонентів висловлювання досягається за рахунок вживання просодичного контрасту – різкої зміни одного або кількох просодичних параметрів. Найбільш характерними просодичними прийомами для виділення ключової інформації, що вживається політиками є: уповільнення швидкості мовлення, підвищення тонального рівня і розширення тонального діапазону, підвищення гучності висловлювання, а також чітка ритмічна організація.

У роботі проведено фонетичний експеримент з метою виявлення впливу просодії та гендеру на особливості мовленнєвої поведінка австралійських політиків.

Першим етапом експерименту було визначення особливостей синтагматичного членування досліджуваних фрагментів мовлення. Характерною особливістю мовлення політиків є досить подрібнене синтагматичне членування мовленнєвого потоку на синтагми, домінування коротких та середньої тривалості синтагм. Короткі синтагми превалювали в мовленні чоловіків (65%) та у мовленні жінок (35%) (табл. 1).

Таке членування мовленнєвого потоку вказує на прагнення політика донести інформацію до слухача, досягти розуміння, вплинути, надати максимального ефекту.

Мелодійне оформлення політичного мовлення залежить як від соціальної ситуації спілкування, так і від дистрибуції інтонаційних шкал та термінальних тонів.

Як показали результати дослідження, найбільш типовою інтонаційною шкалою в мовленні австралійських політиків-чоловіків є спадна шкала (Descending Head), на другому місці рівна та висхідна шкали (табл. 2).

Як показують результати наведені в таблиці 2, мелодійний малюнок мовлення австралійських політичних діячів переважно спадний, особливо в мовленні чоловіків; у мовленні жінок поряд зі спадною і рівною шкалами, вживається також висхідна шкала, особливо в мовленні молодої жінки-політика (28 років).

Домінування спадної шкали є, на наш погляд, типовим мелодійним контуром для мовлення політиків. Це вказує на впевненість в собі, у темі, яка обговорюється, на категоричність в судженнях.

Використання високої рівної шкали є характерною рисою політичного офіційного мовлення, і надає йому емоційного забарвлення, зменшує ефект офіційності і звучить урочисто і впевнено.

Гендерні особливості мовлення яскраво представлено у використанні емоційних шкал – змінної і хвилеподібної: рекурентність цих видів інтонаційних шкал превалює в мовленні жінок, що робить мовлення політикинь більш емоційно забарвленим. Відсоток вживання цих шкал в деяких випадках удвічі перевершує цей показник у мовленні чоловіків (див. табл. 2).

Наступним етапом аналізу є визначення частотності і номенклатури термінальних тонів, результати дослідження яких, наведені в таблиці 3.

Згідно з даними таблиці 3, домінує спадний термінальний тон. Максимальна рекурентність спадного тону (57%) зафіксована в мовленні чоловіка. Для чоловіків-політиків взагалі не типовим є використання в мовленні емфатичних термінальних тонів.

Таблиця 1

Синтагматичне членування мовленнєвого потоку на синтагми

№ з/п	Гендерні групи	Синтагматичне членування (%)		
		Короткі синтагми (1–4 склади)	Середні синтагми (5–8 складів)	Довгі синтагми (більше 8 складів)
•	Чоловік	41	48	11
•	Чоловік	39	51	10
•	Чоловік	49	49	9
•	Жінка	38	44	17
•	Жінка	39	45	16
•	Жінка	40	46	14

Таблиця 2

Частотність вживання інтонаційних шкал (гендерна диференціація)

№ з/п	Гендерні групи	Інтонаційні шкали (%)				
		Спадна	Рівна (висока)	Висхідна	Змінна	Хвилеподібна
•	Чоловік	37	35	14	5	9
•	Чоловік	32	36	14	10	8
•	Чоловік	33	34	20	6	7
•	Жінка	24	22	31	8	15
•	Жінка	28	20	22	11	19
•	Жінка	31	27	28	5	9

Таблиця 3

Частотність вживання термінальних тонів (гендерна диференціація)

№ з/п	Гендерні групи	Термінальні тони (%)				
		Спадний	Висхідний	Рівний	Спадно-висхідний	Висхідно-спадний
•	Чоловік	51	11	15	14	9
•	Чоловік	54	9	14	11	12
•	Чоловік	57	8	12	13	10
•	Жінка	45	21	9	12	13
•	Жінка	45	19	11	10	15
•	Жінка	48	17	7	17	11

Аналізуючи гендерні особливості, можна стверджувати, що в мовленні жінок також переважає спадний тон, але відсоток вживання емоційно забарвлених тонів – спадно-висхідного і висхідно-спадного значно вищий. Максимальний відсоток цих тонів (17% і 15%) зафіксовано в жіночому мовленні.

Далі наше завдання полягало у визначенні типу спадного тону. В англійській інтонології існують три види спадного тону – низький спадний (Low FM), середній спадний (mid Fall) і високий спадний (High FM). Аналіз показав, що найчастотнішим є низький спадний термінальний тон (65%), високий спадний посів друге місце (22%) і середній спадний використовувався в 13% випадків.

Високу рекурентність спадного тону можна пояснити впевненістю політика у собі, у тому, що він робить, довести аудиторії, що він є саме тим, кого потрібно обрати, тому його мовлення має бути категоричним і максимально ефективним. Завдяки низькому спадному тону ця мета досягається. Але політичне мовлення не позбавлене емоційності завдяки використанню високого спадного тону (22%). Цей термінальний тон надає мовленню живого (live) звучання, вказує на особисту зацікавленість мовця.

Висновки. Проведений аналіз дозволив зробити деякі висновки щодо гендерних та мелодійних особливостей мовлення австралійських політиків.

Просодичне оформлення мовлення має важливе значення для забезпечення ефективності політичного дискурсу. Мелодія, діапазон, темп мовлення забезпечують якісне виконання політиком своєї ролі. У пропонованому дослідженні основними завданнями фонетичного експерименту було виявлення таких параметрів як синтагматичне членування, інтонаційна шкала та термінальний тон в мовленнєвому репертуарі політиків.

Результати отримані під час дослідження дають можливість визначити особливості мовлення кожної гендерної групи інформантів. Аналіз особливостей термінального тону показав, що найбільш рекурентним є низький спадний термінальний тон, який домінує в мовленні двох гендерних груп. Серед інтонаційних шкал в чоловічому мовленні переважає спадна шкала, в жіночому – спадна та висхідна види шкал.

Аналіз особливостей синтагматичного членування показав, що в мовленні політиків двох гендерних груп найчастотнішими є синтагми з 5–8 складів.

Отже можна стверджувати, що загальними соціально-маркованими для двох груп інформантів є такі просодичні характеристики як:

– низький спадний термінальний тон;
– спадна інтонаційна шкала;
– подрібнене синтагматичне членування.

Результати дослідження сприятимуть більш глибокому вивченню соціофонетичних особливостей австралійського варіанта англійського мовлення.

Список літератури:

1. Коваль Н. О. Просодичні іміджеві характеристики політичної ораторської промови (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі британського варіанту англійської мови). Автореф. дис. ... к. філол. наук: 10.02.04. Одеса, 2010. 23 с.
2. Корнєлаєва Є. В. Варіативність професійних просодичних особливостей мовлення (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі інтерв'ю з політиками, акторами, дикторами телебачення). Автореф. дис. ... к. філол. наук: 10.02.04. Одеса, 2015. 22 с.
3. Кострьміна О. В. Соціофонетичні особливості австралійського варіанта англійської мови (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі спонтанного мовлення). Автореф. дис. ... к. філол. наук: 10.02.04. Одеса, 2015. 21 с.
4. Петлюченко Н. В. Харизматика: мовна особистість і дискурс. Одеса: Астропринт, 2009. 464 с.
5. Стингач О. В. Специфіка і взаємодія просодичних та кінесичних засобів у виступах членів палати громад Великої Британії (інструментально-фонетичне дослідження). Автореф. дис. ... к. філол. наук: 10.02.04. Одеса, 2018. 24 с.
6. Читайкіна В. В. Семантика та функції релігійної лексики в американському президентському дискурсі. Автореф. дис. ... к. філол. наук: 10.02.04. Одеса, 2019. 20 с.
7. Bradford B. Intonation in Context. Cambridge: CUP, 1988. 72 p.
8. Brazil D. The Communicative Value of Intonation in English. Cambridge: CUP, 1997. 188 p.

Kostromina O. V. PROSODIC PECULIARITIES OF AUSTRALIAN POLITICIAN'S SPEECH

Prosodic variation of Australia politician's speech is in the focus of present investigation. Contemporary linguistic studios pay much attention to political discourse, which deals with the expression of relationships between man and society. In the present investigation attention is given to the study of melodic peculiarities, which unite in itself Scales, tones and frequency of their usage in the speech repetory of politicians.

On the contemporary stage of linguistic development, a study of the person's needs, molives, foals, intentions, expectations comes to the fore. Nowadays we can talk about global anthropocentric tendency in linguistic development, about comprehensive study of the problem of man in language.

Human speech is an indicator of his status belonging: often a person can judge about his interlocutor's status in the first minutes of conversation. The degree of professional influence on person's speech behavior is the higher the greater the number of verbal communication her profession implies.

The most vividly professionally cliched prosody is revealed when the speaker performs roles, which form the core of the social essence of his status.

The aim of the paper is to define prosodic and social (gender) features in the politicians' speech behavior and find out the degree of correlation between them.

Phonetic experiment was conducted in the paper which allowed to come to a member of conclusions as to gender and melodic peculiarities of Australian politicians' speech.

The analysis was conducted according to the following parametres – syntagmatic division, intonational scale, terminal tone.

The obtained results allowed to state that the most recurrent terminal tone is the Low Falling tone, which dominates in the speech of the both gender group representatives.

Among intonational scales Descending Stepping Scale dominates in the male speech; in the female speech Rising Scale is used along with the Descending.

The analysis of the syntagmatic division peculiarities showed that in the speech of politicians of two gender groups, the most frequent are syntagms consisting from five till eight syllables.

Summing up, we may state that general socially marked for the two groups of informants are the following prosodic characteristics:

- *Low Falling terminal tone;*
- *Descending Stepping Scale;*
- *Frictional syntagmatic division.*

Key words: *prosodic, variation, melodic, tone, scale, politician, Australian.*

УДК 821
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/14

Мамай Ю. Ю.
Запорізький національний університет

АКТУАЛІЗАЦІЯ МЕТАФОРИЧНОГО ДІАПАЗОНУ КОНЦЕПТУ *TRAUMA* У РОМАНІ ЕЛІЗАБЕТ СТРАУТ «ОЛІВІЯ КІТТЕРИДЖ»

У статті на матеріалі англійської мови здійснений аналіз онтологічних метафор у творі авторки Елізабет Страут «Олівія Кіттеридж». У результаті дослідження було виявлено, що у концепті TRAUMA можна виділити три парцели: "SHOCK", "PAIN", "INJURY" у романі "Олівія Кіттеридж". Аналіз показав, що метафори є потужним інструментом для передачі складних емоційних станів персонажів та ефективним механізмом для опису процесів переживання травматичного досвіду, особливо у перші хвилини неприємних відчуттів. Метафори використовуються для того, щоб зробити емоційний досвід персонажів більш доступним і реальним для читача. Це допомагає створити відчуття співпереживання та відображення емоційних станів персонажів. У статті розглядаються онтологічні метафори, які передають фізичну і емоційну складність травматичного досвіду. Онтологічна метафора полягає у перенесенні рис вихідних доменів на концепт TRAUMA. Зокрема: тіло людини осмислюється як неживі предмети, які можуть зазнавати руйнувань, або якими можуть розпоряджатися інші люди. Метафоричного переосмислення зазнають: а) неприємні емоції, які приносять біль, оволодівають та керують тілом і думками людини; б) слово або поведінка інших можуть виступати предметом, яким наноситься психологічна травма, і така травма переживається так само болісно, як фізична; с) емпатичні переживання, коли люди можуть відчувати травму інших та переживати схожі почуття. Результати отримані у науковій розвідці можуть застосовуватись у подальших дослідженнях мовної та літературної науки: для розширення та поглиблення розуміння рольових характеристик та переживань героїв у літературних творах, для вивчення впливу метафор на психологічні реакції людини на травматичні події. Висновки статті показують, що концепт TRAUMA є багатогранним та складним, і його використання у художньому творі необхідно для передачі читачам негативних моментів, які впливають на героїв роману. Також стаття підкреслює важливість використання метафор у літературних творах для ефективної передачі та розуміння травматичного досвіду персонажів, роблячи читання більш імерсивним і захоплюючим для читачів.

Ключові слова: *парцела, онтологічна метафора, профілювання, вихідний домен, цільовий домен.*

Постановка проблеми. Наслідки травми, які впливають на різні сфери суспільного життя посилили формування наукового інтересу до концепту TRAUMA, його парцел SHOCK, PAIN та INJURY. Підтвердженням стійкого наукового інтересу є інтенсивне проведення наукових розвідок у межах різних наукових напрямків, які націлені на подолання неоднозначності при визначенні роду травми, правильності діагностики, оцінки впливу травмованої людини на суспільство [10]. Оскільки метафора є стилістичним засобом та когнітивним інструментом осмислення дійсності, у стресових ситуаціях, під час війни, у період суспільно-політичних криз, намагаючись пізнати та усвідомити події, що відбуваються навколо у теперішньому часі людство починає розкривати свої думки та почуття виразною мовою, а саме метафорами [13, с. 20]. Як наслідок, одним із головних продуктів когнітивної діяльності є виникнення нових концептуальних метафор. Вибір метафор буде відбуватись крізь призму досвіду людей. Перебуваючи у стані тривоги, або переживаючи етапи травмуючого досвіду, людина створює ряд власних онтологічних метафор, які описують страждання, які виникають під час взаємодії із раніше звичним оточенням, щоб пояснити болісні реакції на звуки та розмови. За допомогою метафори стає можливим ототожнити явища природи із внутрішнім світом постраждалого, і також пояснити причини потреби завдання собі шкоди.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Концепт TRAUMA є одним із ключових елементів мовної концептуальної картини світу, який є особливо актуальним для професійних картин світу спеціалістів у галузі психології, медицини, законодавства і в останній час мовознавства

[9, с. 58–61; 10; 11, с. 1050]. Дослідження особливостей об'єктивації концепту у мовній картині світу у рамках когнітивної лінгвістики здійснювалось шляхом лексикографічного аналізу [5, с. 102–103], шляхом корпусного аналізу словників сучасних мов [14, с. 121–126; 5, с. 102–108], але одним із дієвих шляхів є дослідження саме художнього дискурсу [1, с. 65–67; 2] і особливостей актуалізації певних концептів у художньому дискурсі [3]. Об'єктом дослідження є концепт TRAUMA зазнає об'єктивації у творі «Олівія Кіттеридж», оскільки цей роман присвячений проблемам взаємовідносин людей і опису складних психологічних та емоційних аспектів життя героїв, актуалізує концепт TRAUMA у живому мовленні, відображаючи потенційно ймовірні реальні відношення, які можуть складатися між реальними людьми у житті.

Попри той факт, що у вітчизняному та закордонному мовознавстві існує чисельна кількість робіт присвячених дослідженню концептів, суміжних з концептом TRAUMA [6, с. 42; 8 с. 201–203], але сам концепт TRAUMA не потрапляв до фокусу саме лінгвістичних досліджень. Даний концепт є багатокомпонентним, його референтом можуть слугувати не лише фізичні чинники, як фізична травма, а і душевні переживання, такі як психологічна травма. Травма душі не має візуально-перецептивного втілення, вона є абстрактним феноменом. Саме тому, актуальним предметом дослідження виступають особливості метафоричної актуалізації концепту TRAUMA. Метафора є предметною областю досліджень, яка є дуже добре вивченою, існує велика кількість досліджень і їх інструментарій дозволяє простежити яким чином абстрактні концепти об'єктивуються засобами конкретних концептів [1, с. 67-69: 8, с. 203–206; 7, с. 71–74].

Отже, **метою статті** є висвітлення онтологічних проекцій із цільовим концептом TRAUMA. Які складають його метафоричний діапазон. Досягнення поставленої мети передбачає виконання наступних завдань: а) визначення особливості побудови онтологічних метафор; б) паспортизація онтологічних метафор із цільовим концептом у романі «Олівія Кіттеридж»; в) встановлення основних вихідних доменів для вираження цільового домену TRAUMA та його парцел; г) виявлення основних рис, які перенесяться з вихідного домену на цільовий домен концепту TRAUMA.

Виклад основного матеріалу. У когнітивній лінгвістиці термін «парцела» використовується для позначення частини концепту, яка відповідає за певний аспект або атрибут концепту [12, с. 85–97]. Концепт може бути розкладений на різні парцели або сегменти, кожен з яких відображає певний аспект значення чи властивість концепту. На основі аналізу лексикографічних джерел було встановлено, що концепт TRAUMA має чотири парцели: "SHOCK" (ШОК), "PAIN" (БІЛЬ), "WOUND" (РАНА), "INJURY" (ТРАВМА) [4 с. 133-139]. Аналіз об'єктивації цих парцел на матеріалу роману «Олівія Кіттерідж» Елізабет Страут доводить те, що метафоричні актуалізації зазнають лише три парцели: "SHOCK" (ШОК), "PAIN" (БІЛЬ), "INJURY' (ТРАВМА). Кожна парцела відображає певний аспект травматичного досвіду, що стався з персонажами роману, тому вони у роботі будуть розглянуті кожна окремо.

Аналіз концептуальних метафор ґрунтувався на методиці Дж. Лакоффа та Дж. Джонсона [13, с. 21–45], проаналізовані метафори, у переважній більшості є онтологічними і частково орієнтаційно-онтологічними.

Спершу розглянемо групу метафоричних проекцій парцели SHOCK, яка у більшості випадків спрямована на представлення реакції тіла: *A nervous fellow, though, Simon had been,* ***his whole body jerking around like a puppet pulled by strings***. Вихідним доменом концепту TRAUMA є "PUPPET", а цільовим, "BODY". Когнітивні ознаки вихідного концепту "*pulled by strings"* переносяться на цільовий концепт "BODY" виразом *jerking around*. Ця метафора підкреслює розрив між особою та її власним тілом, що є поширеною реакцією на травматичні події. Ідея того, що її рухи подібні до рухів ляльки, яку тягнуть за нитки, передає відчуття втрати контролю. Це вказує на емоційний та психологічний вплив травми, шок, де людина почуває себе безпорадною. Ідея того, що рухи людини ніби контролюються ззовні, як у ляльки, яку тягнуть за нитки, вказує на відсутність можливості діяти свідомо.

Наступний випадок метафоричної об'єктивації парцели SHOCK "*... and he had told the man his plans to work at the Hague with those whose feet had been bitten raw,* ***whose bodies and minds lay in ruinous disoder****, Dr. Goldstein had said, "What are you, crazy?"* має вихідний домен "RUINOUS DISORDER," що описує руйнування, хаос і важкі пошкодження. Він передає стан чогось, що було зруйновано або знищено. Цільовий домен "BODIES AND MINDS" уособлює фізичний і розумовий стан людини, яка переживає травмуючий досвід. Ця метафора вказує на те, що

масштаб безладу тіла і розуму подібний до стану руйнування, хаосу або важкого збитку, людина переживає глибоку кризу або шок.

Іншим прикладом метафоризації парцели SHOCK є "*To love and to be loved is the most important thing in life,"* ***causing Kevin to feel an inward fear that grew and spread through him, as though his very soul were tightening***" у якого вихідний домен "CONTAINER," а цільовий – "SOUL." Вихідний домен вказує на процес стискання або обмеження. Він передає відчуття фізичної або емоційної напруги та тиску. Вираз *an inward fear* вказує на глибоке, внутрішнє відчуття тривоги чи побоювання, тоді як "SOUL" стосується внутрішнього стану або існування людини. Воно підказує, що почуття внутрішнього страху порівнюється з фізичним відчуттям стискання, ніби щось всередині стає стиснутим або стисненим. Ця метафора вказує на те, що страх, який відчувається, не є лише мимовільною емоцією, але настільки інтенсивним і потужним, що здається, ніби він фізично впливає на людину в її глибині, навіть на її душу. Метафора передає масштаб емоційної нестійкості, користуючись виразом "*tightening"*, щоб описати відчуття страху. Загалом, це створює потужний образ емоційного і психологічного впливу страху, підкреслюючи його глибоку і стискаючу природу, та описуючи парцелу SHOCK.

До актуалізації парцели SHOCK ми також відносимо наступну орєнтаційну метафору "***She feels a jolt of panic.*** *Olives heart goes beat-beat*", у якому вихідним доменом є "ABILITY TO PUSH A PHYSICAL OBJECT," а цільовим "PANIC." Вихідний домен пов'язаний із раптовим, несподіваним і інтенсивним фізичним або емоційним впливом. Домен передає відчуття раптовості, несподіваності і сили, немовби поштовх, наче людина була налякана зненацька і гостро вражена. Цільовий домен зображує паніку – стан екстремального страху, тривожності або дистресу, який характеризується втратою контролю або самовладання. Ця онтологічна метафора зображує спалах паніки як раптовий, несподіваний і інтенсивний поштовх. Це означає, що паніка, яку відчувають герої, не формується поступово або контролюється емоційно, а виникає швидко і є сильною реакцією на ситуацію, подібну до шоку від фізичного поштовху.

Вищезазначені метафори підсилюють емоційний досвід травми та психологічний стрес, об'єктивуючи відчуття втрати контролю та безпорадності, стан тіла і розуму у глибокій кризі та шоц.

До орієнтаційно-онтологічної метафори парцели PAIN відноситься випадок «*She* ***could have piled 20 bricks onto his stomach, that was the pain he felt***, у якому вихідним доменом буде "PILLING 20 BRICKS ONTO HIS STOMACH," а цільовм – "THE PAIN HE FELT." Використовуючи цю метафору авторка намагається передати інтенсивність і характер відчуття болю. Таке перенесення дозволяє нам розуміти біль як щось важке, обтяжливе і пригнічувальне, схоже на важкі цеглини. Вихідний і цільовий домени пояснюють вагу і тяжість: Цегла важка, і біль часто описується як важкий тягар. Також акцентується увага на тиск: так само, як 20 цеглин можуть бути заважкими для шлунку, інтенсивний біль може бути емоційно та фізично тиснути. У метафорі прослідковується інтенсивність болю, його пригнічувальний і паралізуючий характер, біль є настільки сильною, що відчувається, як фізичне навантаження на шлунок, і це робить її важкою до перенесення.

Наступна онтологічна метафора " ***But this turbulence in him was torture.*** *He thought how yesterday morning, in New York, as he'd walked to his car, he had for one moment not seen it*" також актуалізує парцелу "PAIN." Вихідним доменом слугує "TURBULUNCE", а цільовим "TORTURE" або "PAIN". У цій метафорі характеристики вихідного домену переносяться на цільовий домен для передачі інтенсивності і характеру відчуття болю. Метафора дозволяє нам осягти абстракте поняття болю як щось хаотичне, дистресуюче і важке витримати, схоже на турбулентність. Спільні риси між вихідним і цільовим доменами виражені у: 1. хаотичному характері: "TURBULUNCE" асоціюється з безладдям, нестабільністю і хаосом, і біль так само може сприйматись як щось хаотичне і дистресуюче; 2. емоційний дистрес: поняття "TURBULUNCE" може бути емоційно тривожним, так само як біль часто викликає емоційну стривоженість. 3. Інтенсивність: "TURBULUNCE" може бути сильною і важкою до перенесення, подібно до інтенсивного фізичного або емоційного болю. Отже, використовуючи цю метафору, авторка передає ідею того, що емоційне або фізичне сум'яття ("TURBULUNCE"), яке відчуває герой твору, настільки інтенсивне і дистресуюче, що це можна порівняти з тортурами. Це підкреслює серйозність і пригнічувальний характер емоційного або фізичного страждання.

Наступною метафорочною об'єктивацією парцели PAIN є *" I talk to you in my head all the time.* ***The pain was sharp, exquisite, unbearable****"*

з вихідним доменом "PAIN" та цільовим доменом характеристики болю "SHARP, EXQUISITE, UNBEARABLE*"*. Цільовий домен описує і підкреслює характер і інтенсивність відчуття болю, говорячи про специфічність болю. Метафора вказує на інтенсивність: слово *SHARP* зазвичай вказує високий рівень інтенсивності або важкості, використовується для опису гострого болю. Домен EXQUISITE містить характеристики особливої деталізованості або інтенсивності, які трапляється у позитивному та негативному сенсах. В цьому випадку слово вказує на надзвичайно інтенсивне і, можливо, катастрофічне відчуття. Характеристика "*unbearable*" підкреслює, що біль є надзвичайно сильною, що її неможливо витримати, підкреслюючи інтенсивність відчуття. Загалом дана метафора використовуючи принципи когнітивної лінгвістики, допомогає читачам уявити та відчути інтенсивність і характер болю, описані в книзі. Вона зображує страждання як неймовірно гостре, інтенсивне та невитримане почуття.

Для опису парцели PAIN використовується наступна метафора "*He* ***felt the stain of some sadness make its way from her to him****"*. Вихідним доменом є "STAIN," а цільовим доменом "EMOTIONAL PAIN *(*SADNESS*)*." Вихідний домен використовується для опису емоційного досвіду. Така дія дозволяє нам розуміти емоційний біль як щось, що може бути передано або спільно відчувано, подібно до того, як пляма може розповсюджуватися з одного предмета на інший. Спільні риси – 1. перенесення – так само, як пляма може залишати свій слід з одної поверхні на іншу, метафора вказує на те, що емоційний біль, у цьому випадку, сум, може залишити слід у іншій людини, бути нею відчутою. 2. вплив – використання виразу *make its way from her to him* пояснює, що емоційний біль має вплив або ефект на особу, аналогічно до того, як пляма залишає слід на чистій поверхні. За допомогою цієї метафори авторка звертає увагу, що сум однієї людини може вплинути на іншу особу, майже як пляма, яка розповсюджується. Вона вказує на те, що емоційний біль не завжди обмежується однією особою, а може передаватися оточуючим і впливати на їхній емоційний стан.

Вищеописані метафори допомагають уявити та відчути важкість, хаос та безлад емоційного страждання, силу емоційного впливу однієї людини на іншу, особливості взаємодії та відносини між людьми з травмованою психікою.

Парцела INJURY об'єктивується в наступному прикладі: "***That sting of deep embarrassment.*** *It hurts actually"*. У цій метафорі вихідний домен STING переноситься на цільовий домен "EMOTIONAL INJURY" або "EMBARRASSMENT," щоб описати емоційний досвід. В результаті ми розуміємо емоційну травму як щось гостре та болісне, схоже на фізичний укус. Спільні риси – 1. гострота та біль: так само, як укус є гострим і викликає біль, метафора вказує на те, що сором'язливість може бути відчута як гостра та болісна емоція. 2. інтенсивність – використання *deep* у *deep embarrassment* підказує, що емоційна травма є глибокою та інтенсивною. За допомогою цієї метафори передається ідею того, що відчуття сором'язливості не є просто легким незручністю, а може бути надзвичайно болісним, схожим на гострий укус. Підкреслюється також емоційний вплив та інтенсивність сором'язливості.

Наступним прикладом метафоризації парцели INJURY є приклад "*He did not return her smile, and* ***the flash went through her***". Вихідний домен FLASH переноситься на цільовий домен "EMOTIONAL INJURY" ("SHOCK" або *"*DISRTRESS") для опису емоційного досвіду. Цей перенос дозволяє зрозуміти емоційну реакцію як щось раптове та інтенсивне, схоже на спалах світла. Спільні риси – 1. раптовість та інтенсивність – точно як світловий спалах є раптовим та інтенсивним, так метафора вказує на те, що емоційна реакція або травма є раптовими та інтенсивними, які можуть завдати глибокого занепокоєння. 2. Мимовільність – спалах є короткочасним та мимовільним явищем, що підказує, що емоційна реакція також коротка, але впливова. Таким чином, читачі можуть концептуалізувати та співпережити інтенсивність та раптову природу емоційної реакції або травми, зображеної у романі.

Останнім прикладом акталізації парцели INJURY у статті є "*She felt baffled.* ***Another flush of heat rose through her***." Вихідним доменом виступає "FLUSH OF HEAT," а цільовим – "EMOTIONAL INJURY" ("DISTRESS"). Це перенесення дозволяє нам зрозуміти емоційну реакцію як щось раптове, інтенсивне і дистресуюче, схоже на фізичне відчуття, наприклад спеки. Спільні риси – 1. раптовість та інтенсивність. Хвиля спеки, раптова та інтенсивна через метафору передає те, що емоційна реакція або травма є раптовою та інтенсивною. 2. фізичне відчуття, порівнюючи емоційну реакцію з фізичним відчуттям (*heat rose*), метафора передає фізичний і емоційний досвід. Зображається ідея того, що сталася раптова та інтенсивна емоційна реакція, начебто, хвиля емоцій пройшла через особу, нагадуючи відчуття швидкого настання спеки.

На основі цього матеріалу здійснюється опис інтенсивності та характер емоційної травми, емоційні реакції, відчуття непереносимості та раптовості емоційного болю. Біль інколи є такою ж глибокою та болісною, як фізичний укус або раптовий спалах.

Висновки. Аналіз матеріалу дослідження дозволяє зробити висновок, що виокремлюються три основні парцели: SHOCK, PAIN і INJURY. В парцелі SHOCK основний акцент робиться на відчутті втрати контролю та стискання через метафори, які асоціюються із зневаженням, руйнуванням. Вихідними доменами є реакції тіла на травмуючі події, які передають відчуття втрати контролю, а цільовими доменами виступають частини тіла, розуму або емоцій, які піддаються стресу і травмі. У парцелі PAIN актуалізується відчуття фізичного або емоційного болю, які асоціюються із гостротою, тиском і напругою. Вихідними доменами є фізичний або емоційний біль, в той час як цільовим доменом виступає спектр болю, з характеристиками гострий, стискаючий та неможливий тримати. У парцели INJURY емоційна реакція представлена як наслідок фізичної травми, що асоціюються із збитками, укусами та раптовістю. Найбільш вживаним вихідним доменом є фізична травма або пошкодження, а цільові домени представляють емоційні аспекти травми, які можуть бути описані як гострі та важкі для переживання. Таким чином, більшість метафор передають гостроту, раптовість та інтенсивність емоційної травми. Перспективою подальшого дослідження є аналіз інших метафор роману, які об'єктивують парцели концепту TRAUMA для пояснення механізмів актуалізації відчуття болю та емоційної напруги у персонажів.

Список літератури:

1. Веремчук Е.О. Метафоричний діапазон англомовного лінгвоетичного концепту DUTY. *Нова Філологія*. Запорізький національний університет. № 85. 2022.. С. 65–69. DOI https://doi.org/10.26661/2414-1135-2022-85-9.
2. Дашко Н. Концепт пам'яті в художньому дискурсі сучасної української новелістики. *Slavica Wratislaviensia.* Uniwersytet Wrocławski. № 173. 2020. URL:https://orcid.org/0000-0002-5415-4983.
3. Єгорова О.І., Заїка В.С. Особливості актуалізації концепту Україна в англомовному офіційному дискурсі ЄС. *Alfred Nobel University Journal of Philoligy*. Alfred Nobel University. № 1(17). 2019. С. 251–256. DOI: 10.32342/2523-4463-2019-0-16–26.
4. Мамай Ю. Ю. Когнітивні диференційні ознаки ядерних вербалізаторів концепту Trauma. *Нова Філологія.* Запорізький національний університет. № 81. 2021. С. 133–139.
5. Павлович Т.І. Фреймова структура концепту LOVE. *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича № 835–836. 2023. С. 102–108.
6. Приходченко О.О. Роль онтологічних метафор у вербалізації концептів ЖИТТЯ-СМЕРТЬ у готичній картині світу. *Науковий вісник ХДУ*. Херсонський державний університет. Випуск 3. 2018. С. 42–47.
7. Приходько Г.І. Оцінні мовленнєві акти в типології мовленнєвих актів. *Львівський філологічний часопис*. Львівський державний університет безпеки життєдіяльності. № 1. 2017. С. 71–74.
8. Таценко Н.В. Типи вербальних атракторів концепту ЕМПАТІЯ в сучасному англомовному дискурсі. *Нова філологія*. Запорізький національний університет. № 70. 2017. URL: Tatsenko_attractor.pdf;jsessionid=E5D7A1CF9A96FBD2A3A6B7B632B2E1B1 (sumdu.edu.ua) (дата звернення 20.10.2023).
9. Andreas Hamburger, Camellia Hancheva, Social Trauma – An Interdisciplinary Textbook (English Edition). Springer. 1st ed. Auflage. 2021. 303 p.
10. Bush B., McNamara T. Language and Trauma: An introduction. *Applied Linguistics*. Oxford University Press. Issue 3. 2020. URL: https://academic.oup.com/applij/article/41/3/323/5821459?searchresult=1 (дата звернення 04.03.2020).
11. Colin R. Martin, Victor R. Preedy, Vinood B. Patel Handbook of Anger, Aggression, and Violence. Springer Verlag Gmbh, 2023. 3082 p.
12. Evans V., Green M. Cognitive linguistics: An Introduction. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006. 830 p.
13. Lakoff, G. Metaphors We Live By [Text] / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago-London: The University of Chicago Press, XIII, 1980. 242 p.
14. Niladri Sekhar Dash, Ramamoorthy L. Corpus and Dictionary Making In book: Utility and Application of Language Corpora, 2019. Pp. 121–138 DOI:10.1007/978-981-13-1801-6_8 January 2019.

Mamai Yu. Yu. REALISATION OF THE METAPHORICAL RANGE OF THE CONCEPT *TRAUMA* IN THE NOVEL "OLIVE KITTERIDGE" BY ELIZABETH STROUT

The article analyzes ontological metaphors in Elizabeth Strout's novel "Olive Kitteridge." The study identifies three parcels within the concept of TRAUMA: "SHOCK," "PAIN," and "INJURY" in the novel. The analysis reveals metaphors as powerful tools for conveying complex emotional states of characters and describing processes of traumatic experiences, especially in the initial moments of discomfort. Metaphors are utilized to make characters' emotional experiences more accessible and real for readers, fostering empathy and reflecting characters' emotional states.

The article explores ontological metaphors that convey the physical and emotional complexity of traumatic experiences. Ontological metaphors involve transferring attributes from source domains to the concept of TRAUMA. The text employs metaphors to convey pain and emotional trauma. These metaphors vary in intensity, character, and emotional impact. Specifically, the human body is conceptualized as lifeless objects that can undergo destruction or be controlled by others. Metaphorical reinterpretation occurs in unpleasant emotions that bring pain, dominate, and control a person's body and thoughts. Additionally, others' words or actions can serve as objects inflicting psychological trauma, experienced as painfully as physical trauma. Empathetic experiences allow people to feel others' trauma and undergo similar emotions.

The findings of this research can be applied in further studies of linguistic and literary science, expanding the understanding of the roles and experiences of characters in literary works and investigating the influence of metaphors on individuals' psychological reactions to traumatic events. The article's conclusions demonstrate that the concept of TRAUMA is multifaceted and complex. Its use in literary works is essential to convey negative aspects affecting the novel's characters. The article emphasizes the importance of employing metaphors in literary works to effectively convey and understand characters' traumatic experiences, enhancing readers' immersive and captivating experience.

Key words: *parcel, ontological metaphor, profiling, source domain, target domain.*

УДК 811.327.82:001
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/15

Пономаренко О. В.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

НЕОДНОЗНАЧНІСТЬ І БЕЗСТОРОННІСТЬ ДИПЛОМАТИЧНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ВИСЛОВЛЮВАНЬ ПРЕДСТАВНИКІВ ВАТИКАНУ)

Стаття присвячена лінгвістичному аналізу реалізації наскрізної мовної стратегії ухильності на англомовному матеріалі заяви глав католицьких церков, втіленої за допомогою низки тактик неточності, неоднозначності, «розмитих» смислів, двозначності тощо, а також інших різнорівневих засобів ухильності у релігійному дипломатичному дискурсі Ватикану як відповідь на події, що відбулися в Ізраїлі. Заява, опублікована Патріархами та очільниками церков в Єрусалимі, відображає офіційну позицію Ватикану щодо конфлікту, проте уникає конкретних зазначень сторін конфлікту, міри їхньої провини та відповідальності. Зокрема, докладно розглянуто використання мовної неоднозначності й ухильності, а також описані приклади використання цих явищ на морфологічному, лексичному, граматичному рівнях. Об'єктивно не досліджувався фонетичний рівень. Проілюстровано випадки застосування риторико-стилістичних засобів для створення ефекту неточності. Виділені типові тактики ухильності, згідно апробованої класифікації автора дослідження. Побіжний статистичний підрахунок констатує істотну частку неточностей у такому короткому тексті. Дослідження засвідчило, що автори заяви обирають слова та фрази, які максимально «розмивають» конкретику при висловленні позиції, допомагають мовцям уникнути прямих політичних оцінок. Вони не ідентифікують конкретні сторони конфлікту, що надає узагальнюючий характер цій заяві. Глобальні зміни сьогоденного суспільства та інтенсифікація геополітичних відносин додають актуальності дослідженням мовного та мовленнєвого аспекту дипломатичного дискурсу на загал. Здійснена наукова розвідка проектує можливості для подальших досліджень в окресленому напрямку та акцентує на важливості ретельного аналізу сучасного дипломатичного дискурсу в контексті глобальних комунікативних та політичних трансформацій світового суспільства.

Ключові слова: *неточність, неоднозначність, ухильність, релігійних дипломатичний дискурс.*

Постановка проблеми. Закінчення першої чверті XXI століття виявилося більш, ніж буремним часом для всієї світової спільноти. У відповідь на події «зовнішні» не забарилися відреагувати й природні мови, що найвиразніше виявилося у прагмалінгвістичному плані. Зокрема, помітно змінилася риторика й наративи політиків, дипломатії, фахівців інших галузей внутрішньодержавного управління та міжнародних відносин. Ця модифікація стратегій і тактик професійної комунікації не залишилися без уваги медійників, оскільки ЗМІ незмінно стоять на сторожі поширення інформації, забезпечення гласності й висвітлення чутливих тем. Їхній справі сприяє диверсифікація каналів передачі повідомлень, а це, у свою чергу, – миттєвому поширенню новин і залученню ширшої громадськості до обговорення нагальних питань.

Наразі світове суспільство активно обговорює ефект явища неоднозначності й стратегій ухильності в дипломатичному дискурсі Ватикану. Ці дискусії спровоковані офіційною реакцією високих дипломатичних представників Святого Престолу на недавні події в Ізраїлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Власне, дипломатичний дискурс, на загал, перебуває у полі уваги мовознавців багато років, що узгоджується з тисячолітнім існуванням дипломатичних відносин між країнами. Зокрема, важливі досягнення у дослідженні його мовної та мовленнєвої складової висвітлені у лінгвістичних працях С. Камел, Н.Є.Кащишин, О.В. Пономаренко, Ю.В.Судус, О.В. Чайковської, А. Файзулаєв та інших колег [17; 4; 10; 7; 11; 20].

З іншого боку, окрім нас [7], широкий спектр аспектів і феноменів неоднозначності, неточності, двозначності вивчала Дж.Ченнелл [14].

При цьому, гучний розголос і масштабність резонансу лаконічної промови італійської релігійної дипломатії засвідчує необхідність здій-

снення прицільної наукової розвідки філологічного характеру наслідків застосування окремих лексико-граматичних елементів і комплексної стратегії різноманітних конкретних мовленнєвих тактик у дипломатичному дискурсі, що досі не було виконано з лінгвістичної точки зору.

Мета статті – проаналізувати письмовий дипломатичний документ (заяву високосвященників Ватикану) як реакцію на криваві події в Ізраїлі (збройний напад Сектора Газа) у контексті реакції на нього провідних світових дипломатів і політиків; спрогнозувати передбачуваний ефект застосування засобів вираження явища ухильності й запропонувати шляхи мінімізації негативних (якщо вони є небажаними та/чи ненавмисними) наслідків, котрі можуть потенційно погіршити чи зруйнувати відносини на міждержавному рівні, порушити світову рівновагу чи звести нанівець роками налагоджувані мирні стосунки.

Виклад основного матеріалу з аналізом останніх досліджень і публікацій, а також обґрунтуванням здобутих наукових результатів.

Заява (*Dichiarazione dell'HoC sulla pace e la giustizia in mezzo alle violenze in atto* [16]), розповсюджена Патріархами та очільниками церков у Єрусалимі в неділю, 08 жовтня 2023 року, містить низку різнорівневих засобів вираження ухильності, які з легкістю були визначені навіть не філологами. Водночас, у цьому документів пильніше око лінгвіста помічає також декілька однойменних тактик і наскрізну стратегію розмитого та неоднозначного висловлювання, що, у сукупності є доволі високою концентрацією засобів ухильності, з огляду на довжину тексту, що аналізується.

Нижче наведено результати власних спостережень автора статті з відповідними коментарями та висновками.

На загал, у тексті заяви було виявлено багато прикладів неоднозначності (двозначності, «розмитого»/неточного значення, неконкретики тощо), які вбачається можливим класифікувати таким чином:

1. Фонетичних і просодичних неоднозначностей (вигуки, різні «дивні/додаткові» звуки,

Patriarchs and Heads of the Churches in Jerusalem

The Patriarchs and Heads of Churches in Jerusalem Unite in a Call for Peace and Justice Amidst Unfolding Violence

JERUSALEM, October 7, 2023

The Holy Land, a place sacred to countless millions around the world, is currently mired in violence and suffering due to the prolonged political conflict and the lamentable absence of justice and respect for human rights. We, the Patriarchs and Heads of Churches in Jerusalem, have time and again appealed for the importance of respecting the historic and legal Status Quo of the holy shrines. In these trying times, we come together to raise our voices in unity, echoing the divine message of peace and love for all humanity.

As custodians of the Christian faith, deeply rooted in the Holy Land, we stand in solidarity with the people of this region, who are enduring the devastating consequences of continued strife. Our faith, which is founded on the teachings of Jesus Christ, compels us to advocate for the cessation of all violent and military activities that bring harm to both Palestinian and Israeli civilians.

We unequivocally condemn any acts that target civilians, regardless of their nationality, ethnicity, or faith. Such actions go against the fundamental principles of humanity and the teachings of Christ, who implored us to "love your neighbor as yourself" (Mark 12:31).

It is our fervent hope and prayer that all parties involved will heed this call for an immediate cessation of violence. We implore political leaders and authorities to engage in sincere dialogue, seeking lasting solutions that promote justice, peace, and reconciliation for the people of this land, who have endured the burdens of conflict for far too long.

In our capacity as spiritual leaders, we extend our hands to all those who suffer, and we pray that the Almighty may grant comfort to the afflicted, strength to the weary, and wisdom to those in positions of authority. We call upon the international community to redouble its efforts to mediate a just and lasting peace in the Holy Land, based on equal rights for all and on international legitimacy.

Let us remember the words of the Apostle Paul: "For God is not a God of disorder but of peace" (1 Corinthians 14:33). In the spirit of this divine message, we implore all to work tirelessly towards an end to violence and the establishment of a just and lasting peace that will allow the Holy Land to be a beacon of hope, faith, and love for all.

May the grace of our Lord Jesus Christ, the love of God, and the communion of the Holy Spirit be with us all during these challenging times.

—The Patriarchs and Heads of the Churches in Jerusalem

тон і якості голосу тощо) об'єктивно встановити неможливо, оскільки досліджувався саме друкований текст.

2. Морфологічних неоднозначностей (під цим поняттям розуміємо вживання авторами лексичних одиниць, які мають//потенційно можуть мати більше однієї морфологічної форми, що впливає на граматичну роль виявлених слів у аналізованому тексті) також не виявлено. Однак, справедливості заради, варто зазначити, що автори заяви не гребують надмірним вживанням закінчення *-s/-es* на позначення:

– множини іменників, чим уникають прямого, чіткого та поіменного називання обговорюваних осіб (spiritual leader*s*, political leader*s* and authoriti*es*);

і

– неточних часових рамок (trying time*s*, challenging time*s*).

3. Лексичні неоднозначності, натомість, були виявлені та асоційовані, переважно, з частотним вживанням:

– іменників, які позначають абстрактні поняття, категорії, явища тощо (*peace, justice, violence, suffering, conflict, respect* for human rights, *solidarity, strife, harm, capacity, comfort, strength, wisdom, efforts, disorder, cessation*);

Принагідно закцентуємо увагу на випадках модифікації (у бік підсилення, інтенсифікації) таких іменників не менш неточними за своїм значенням прикметниками (*unfolding* violence, *fervent* hope);

– іменників, які абстрактно реферують до національностей, народів, громадян певної території (*international community, people* of this region);

– субстантивованих іменників на позначення категорій громадян, але без чітких критерії визначення належності (*the afflicted*);

– десемантизованих неабстрактних іменників (love your *neighbor)*;

– атрибутів – прикметників або дієприкметників – з неконкретним значенням; неточних кваліфікаторів (*prolonged* political conflict, *lamentable* absence, *challenging* times);

– абстрактні кількості – навіть без уточнення, кого/чого с*А*ме (*millions*);

– біблійних понять, які реферують до нечітко встановлених у геополітичному адміністративному плані територій (*the Holy Land, holy shrines*);

– неточних квантифікаторів (*countless* millions);

– неточних адвербіальних маркерів або адвербіальних інтенсифікаторів (*around the world, deeply rooted, work tirelessly*);

– неточних темпоральних маркерів, включно – посиленими сумарним значенням кількох неточних інтенсифікаторів поспіль (*continued* strife, *lasting* solutions, *lasting* peace, for *far too long*);

– особових займенників у формі множини, що породжує сумнів на етапі ідентифікації та сприйняття справжнього актанта, автора, відповідальної особи (*We*, the Patriarchs and Heads of Churches in Jerusalem);

– вказівних займенників у поєднанні маркерами часу (*these* trying times);

– вказівних займенників для знеособленого позначення керівників (*those* in position of authority);

– двозначних безособових форм дієслова (*appealed* for ... respecting the legal Status Quo, *trying* times);

– десемантизованих дієслів, що унеможливлює розуміння, про яку конкретно дію йдеться (*promote* justice, *advocate* peace, *condemn, mediate*);

– дієслів, які не дозволяють зрозуміти кількість або масштабність витрачених зусиль на виконання позначуваної ними дії (*redouble* its efforts).

На маючи на меті вдаватися у деталізований статистичний аналіз неточностей у заяві релігійних дипломатів, лише наведемо дві конкретні цифри: наразі прикладами проілюстровано 50 випадків неоднозначності на 414 слів досліджуваної заяви (=12%), але це ще неповний перелік.

4. Синтаксичні неоднозначності (мається на увазі таке розташування слів, їхнє граматичне структурування, послідовність частин речень, вставних слів або зворотів і т.п., що потенційно може призвести до різнотлумачень або небажаних інтерпретацій речень у цілому):

До прикладу, у реченні «*It is our fervent hope and prayer that all parties involved will heed this call for an immediate cessation of violence*.» синтаксична неоднозначність виникає через розташування поширеного непрямого додатка «*for an immediate cessation of violence*». Відтак, виникають два шляхи тлумачення: 1) «*It is our fervent hope and prayer that all parties involved will heed this call*», де «*for an immediate cessation of violence*» є прямим додатком до «*heed»* і 2) «*It is our fervent hope and prayer that all parties involved will heed this call for an immediate cessation of violence*», де «*for an immediate cessation of violence*» вказує на ціль дії, вираженої дієсловом «*heed*».

5. Риторико-стилістичні неоднозначності (випадки досягнення ефекту ухильності за рахунок вживання певних засобів експресивного мовлення):

– метафора «*a place sacred to countless millions around the world*» – «місце священне для безлічі мільйонів людей» використана для підкреслення значеннєвості місця;

– анафора «*We*, the Patriarchs and Heads of Churches in Jerusalem» – «Ми, Патріархи і Глави Церков у Єрусалимі» створює неоднозначність розуміння кількості, а також унеможливлює ідентифікацію релігійних дипломатів;

– епітети «*the Holy Land*» – «священне місце», «*trying/challenging times*» – «*часи випробувань*» слугують неконкретними описовими словами, часто неточними інтенсифікаторами висловлювання.

– апеляція до авторитету «*in the spirit of this divine message*» – «*в дусі цього божественного послання*» є використанням релігійного авторитету для буцімто підсилення аргументів.

6. Семантичні неоднозначності (проявляються в значенні слів або речень у цілому). Йдеться про прагмалінгвістичний рівень, на якому виявляються одна чи декілька наскрізних стратегій (наразі прицільний аналіз сконцентровано на стратегії ухиляння), а також конкретні мовленнєві тактики втілення цієї стратегії. Ідентифікація стратегій і тактик здійснена згідно термінології, наведеній і поясненій у наших попередніх наукових працях [7]. Нижче – основні тактики:

– неточне називання;

– неточна квантифікація;

– неточна кваліфікація;

– ухиляння від відповідальності;

– ухиляння від прямої відповіді (чіткої декларації власної позиції).

Відтак, з тексту промови не зовсім зрозуміло, на боці кого її автори, оскільки вони закликають до припинення насильства та досягнення миру в регіоні загалом, не називаючи конкретні сторони конфлікту. Автори акцентують на важливості припинення насильства та досягнення миру як загальноприйняті цілі, не уточнюючи політичні аспекти конфлікту.

З тексту промови не видно конкретного вказування на те, хто є порушником миру чи агресором, і чи є такі фігури взагалі. Брак особових займенниеів гранично знеособлює її. Текст не зазначає конкретних сторін конфлікту, а також не засуджує жодну з них. При цьому вжиті загальні терміни, але не конкретизована їхня роль у конфлікті. Заява зосереджена переважно, на необхідності припинення насильства та досягненні миру.

Промова не надає конкретних рекомендацій чи доручень політикам і лідерам для досягнення миру і справедливості в регіоні; у текст уникнуто надання конкретних політичних оцінок та ідентифікації сторін-учасниць, що робить його загальним, позбавленим діалектичності і відкритим для різнотлумачень.

Висновки із дослідження і перспективи в цьому напрямку. Ухильність і неоднозначність, амбівалентність і розмитість не раз досліджувалися науковцями, і лінгвістами зокрема. Єдиної догматичної кваліфікаціє цьому явищу не існує. Натомість його варто сприймати крізь призму основної цілі чи мети комунікації, а також у контексті низки релевантних кожній комунікативній ситуації позамовних факторів. При цьому, в умовах позиціонування ставлення офіційних посадовців до питання нападу «зі зброєю в руках» на невійськові об'єкти країни, світова спільнота сприйняла як, радше, недоречне застосування максимально широкої палітри засобів вираження неоднозначності, ухильності, неточності, ніж як мовне й мовленнєве втілення безсторонності, безпристрасності, обачності у намаганні не образити реципієнтів.

Перспектива для лінгвістичних досліджень вбачається у здійсненні комплексного аналізу сучасного дипломатичного дискурсу в контексті глобальних геополітичних змін і нових комунікативних моделей.

Список літератури:

1. Гузан А. П. Мовностилістичні особливості дискурсу у сфері дипломатії (на матеріалі промов президента Асамблеї ООН Волкана Бозкіра) [Текст]. – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2021. – С. 76–80.

2. Дипломатія публічна // Українська дипломатична енциклопедія: у 2 т. / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, Ін-т міжнар. відносин; [редкол.: Л.В. Губерський (голова) та ін.]. Київ : Знання України, Т. 1, 2004. С. 334.

3. Кащишин Н.Є. Особливості дискурсу та терміносистеми англомовних дипломатичних документів. Львів, 2009. URL: http:// www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nz/Fil/2009_81_2/Statti/77.pdf. (Дата звернення: 27.06.2023).

4. Кащишин Н.Є. До проблеми виокремлення дипломатичного дискурсу // Science and Education a New Dimension. Philology. – 2016. – IV (21). – С. 72–75. Кащишин Н. Є. Дипломатичний скандал. Термінологічна репрезентація у вторинних текстах / Н. Є. Кащишин // Нова філологія. – 2014. – № 60. – С. 76–81.

5. Левонюк Т. Он-лайн дипломатія в умовах кризи // Ми у медіа. 29.05.2020. URL: http://neweurope.org.ua/media-post/on-lajn-dyplomatiya-v-umovah-kryzy/#:~:text=Крім%20того%2C%20надзвичайно%20актуальною%20наразі,та%20боротися%20із%20наслідками%20кризи. (Дата звернення: 27.06.2023).

6. Пономаренко О.В. Архітектоніка сучасного дипломатичного дискурсу // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія. Вип. 1(52). Київ, 2020. С. 42–46.

7. Пономаренко О.В. Лінгвопрагматичні засоби вираження хильності в сучасному італійському політичному дискурсі [Текст] : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.05 – К., 2004 – 20 с.

8. Пономаренко О.В., Задоріжна Н.І. Дипломатичний дискурс з людським обличчям: новітні тенденції розвитку. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 33 (72). № 5. Ч. 1. Київ, 2022. С. 243–248.

9. Романишин, Н. і Гузан, А. «Мовностилістичні особливості дискурсу у сфері дипломатії (на матеріалі промов політика Петра Порошенка та Президента України Володимира Зеленського)» [Текст] // *Молодий вчений*, 11 (99). 2021. С. 232–234.

10. Судус Ю. В. Мовленнєві тактики реалізації стратегії дискредитації в англомовному дипломатичному дискурсі. [Текст] : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.05. Івано-Франківськ – Запоріжжя, 2017. 245 с.

11. Чайковська О. В. Функціонально-семантичні категорії дипломатичного дискурсу. *Нова філологія* : зб. наук. пр. Запоріжжя : ЗНУ, 2007. Вип. 26. С. 321–324.

12. Carboni S. L'ira dell'ambasciata israeliana del Vaticano contro i Patriarchi di Gerusalemme: «Comunicato affetto da immorale ambiguità». – 09.10.2023. URL: https://www.open.online/2023/10/09/ambasciata-israeliana-santa-sede-patriarchi-gerusalemme-comunicato/ (Accessed: 26.10.2023).

13. Carvalho E. Diplomatic discourse. 2011. URL: https://www.researchgate.net/publication/251227645_Diplomatic_Discourse. (Accessed: 26.10.2023).

14. Channell J. Vague language. Oxford University Press, 1994. 226 p.

15. Declaración de la Cámara de Representantes sobre la paz y la justicia en medio de la violencia. – 08.10.2023. URL: https://www.lpj.org/es/posts/declaraci%C3%B3n-de-la-c%C3%A1mara-de-representantes-sobre-la-paz-y-la-justicia-en-medio-de-la-violencia.html. (Accessed: 27.10.2023).

16. Dichiarazione dell'HoC sulla pace e la giustizia in mezzo alle violenze in atto. – 08.10.2023. URL: https://www.lpj.org/it/posts/dichiarazione-dell-hoc-sulla-pace-e-la-giustizia-in-mezzo-alle-violenze-in-atto.html.

17. Faizullaev A. Diplomatic Interactions and Negotiations. Negotiation Journal. 2014. Vol. 30. № 3. P. 275–299.

18. Fausto. C. Israele, accusa contro il Vaticano: «Perché è ambiguo su Hamas». Libero. 10.10.2023. URL: https://www.liberoquotidiano.it/news/esteri/37152638/israele-accusa-vaticano-ambiguo-hamas.html. (Accessed: 25.10.2023).

19. Isreale: l'Ambasciata presso la Santa Sede contro Pio XII afferma il falso ed attacca i leaders delle chise di Gerusalemme. – URL: https://silerenonpossum.com/ambasciata-israele-santa-sede-attacca-pioxii/. (Accessed: 25.10.2023).

20. Kamel S. A. J. Language and Diplomacy / Kamel S. Abu Jaber // Language and Diplomacy. – Malta : DiploProjects, 2001. – P. 49–54.

21. Kosovych O.V., Kotovska T.I., Kulyk S.A. DIPLOMATIC Communication. Discourse analysis. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 33 (72). № 1. Ч. 1. Київ, 2022. С. 156–160.

22. Patriarcato latino di Gerusalemme. Dichiarazione dell'HoC sulla pace e la giustizia in mezzo alle violenze in atto. 08.10.2023. URL: https://www.lpj.org/it/posts/dichiarazione-dell-hoc-sulla-pace-e-la-giustizia-in-mezzo-alle-violenze-in-atto.html. (Accessed: 26.10.2023).

Ponomarenko O. V. AMBIGUITY AND IMPARTIALITY OF DIPLOMATIC DISCOURSE (BASED ON THE STATEMENTS OF THE VATICAN)

The article contains linguistic analysis of implementation of the strategy of evasion in the official statement produced by the Heads of the Catholic churches (in its English version). The above mention strategy is embodied with the help of a number of tactics of inaccuracy, ambiguity, "blurred" meanings, vagueness, etc., as well as other multilevel means of evasion in the religious diplomatic discourse of the Vatican in response to events that took place in Israel. The statement, published by the Patriarchs and Heads of Churches in Jerusalem, reflects the Vatican's official position on the conflict, but avoids specific indications of the parties to the conflict, the extent of their guilt and responsibility. In particular, the use of linguistic ambiguity, vagueness and evasion is considered in detail, as well as examples of the use of these phenomena at the morphological, lexical, and grammatical levels are described. The phonetic level was not investigated as such description could lack objectivity. Numerous cases of using rhetorical and stylistic means to create the effect of inaccuracy are illustrated. Typical evasion tactics are highlighted, according to the tested classification of the author of the study. A cursory statistical calculation reveals a significant quantity of inaccuracies in such a short text. The study proved that the authors of the statement choose words and phrases that "blur" the specifics to

a great extent, when expressing their position. This is, actually, the too, they tend to use in order to avoid direct political assessments. The authors of the statement in question do not identify specific parties of the conflict, which makes their statement a generalizing one. Global changes in today's society and the intensification of geopolitical relations add relevance to the research of the language and speech aspect of diplomatic discourse as an object of linguistic research. The carried out scientific research shows opportunities for further research in the outlined direction and emphasizes the importance of a thorough analysis of modern diplomatic discourse in the context of global communicative and political transformations of the civil society. Global changes in today's world and the intensification of geopolitical relations underline the need of a detailed research of different language and speech aspect of diplomatic discourse in general.

Key words: *ambiguity, evasion, vagueness, inaccuracy, religious diplomatic discourse.*

УДК 811.112.2’373.421:659.118.1
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/16

Самохвал О. О.
Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету

Ярова А. Г.
Сумський державний університет

ЛІНГВІСТИЧНА РИТОРИКА КАНЦЛЕРА ШОЛЬЦА ЩОДО ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена лінгвориторичній об’єктивації російсько-української війни в промовах Олафа Шольца та аналізу маніпулятивного підходу під час створення промов канцлера. Мета дослідження полягає у виявленні лінгвориторичних стратегій, якими послуговується Олаф Шольц у своїх промовах щодо війни в Україні, та у виокремленні тактик, що підпорядковані стратегіям. У статті задіяно такі загальнонаукові методи дослідження, як метод аналізу й синтезу, та спеціальні методи дослідження лінгвістичних та гуманітарних дисциплін: системний метод та метод функціонального аналізу політичних промов. Дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході, який включає знання теорії комунікацій, психолінгвістики та соціолінгвістики. Емпіричну базу дослідження становлять тексти промов німецького канцлера Олафа Шольца. В роботі представлено картину теоретичного осмислення та основних підходів до вивчення побудови текстів політичних промов в аспекті лінгвориторики. У ході аналізу виявлено, що для створення текстів промов Олафа Шольца успішно використовують постулати античної риторики та неориторики. Встановлено, що при продукуванні текстів промов німецького канцлера з початку повномасштабного російського вторгнення в Україну Олаф Шольц апелює у своїх промовах до базових потреб (безпекових та фізіологічних). З метою досягнення комунікативної мети канцлер послуговується лінгвориторичними стратегіями впливу через пафос та логос. При цьому стратегія впливу через пафос найпоширеніша та підпорядковує тактики ідентифікації джерела загрози, цілі загрози, засоби загрози, локативну, темпоральну тактики та тактику консолідації. Зі свого боку, стратегія впливу через логос реалізується аргументом апелювання до негативного минулого досвіду.

Ключові слова: *потреба, промова, лінгвориторична стратегія, стратегія впливу через логос, стратегія впливу через пафос, тактика.*

Постановка проблеми. Війна завжди була та є однією з найскладніших і найтрагічніших подій, що можуть торкнутися будь-якої країни чи народу. Україна, яка стала ареною збройного конфлікту з росією з 2014 року, не виняток. Цей конфлікт має безліч аспектів, включаючи політичні, економічні та геополітичні виміри. Однак також важливим аспектом цієї війни є мова і її використання для формування громадської думки та маніпулювання суспільством. Велике значення має те, як світові лідери представляють війну в Україні у своїх промовах, зокрема Олаф Шольц. Його риторика щодо російського вторгнення може впливати на формування думки німецькомовних реципієнтів про події в Україні. У цьому контексті видається важливим дослідження риторичних способів впливу, якими послуговується Олаф Шольц у своїх виступах. Таке дослідження надає можливості краще розуміти роль мови у війні та важливість обережного використання мовних засобів для підтримки миру, толерантності та діалогу в умовах конфліктів та воєн.

У контексті війни в Україні Олаф Шольц застосовує у своїх промовах різні аспекти лінгвістичної риторики. Одним з найважливіших факторів є те, які слова та терміни використовують в офіційних заявах, щоб описати війну. Наприклад, уживання термінів «антитерористична операція» і «бойовики» замість «війна» та «російські окупанти» може значно впливати на сприйняття конфлікту громадськістю. Тому необхідно аналізувати, як такі вирази можуть впливати на ставлення суспільства до війни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сьогодні лінгвістичний аналіз подій в Україні з об’єктивних причин став пріоритетним у роз-

відках науковців. Фундаментальними у цьому напрямі є дослідження О. М. Щербак, яка аналізувала роль медіа в формуванні громадської думки, зокрема щодо війни в Україні [9]. Вона вивчає, як лінгвориторичні стратегії, використовувані в новинах, телепрограмах і соціальних медіа, можуть впливати на сприйняття подій та настрої суспільства [8; 13]. О. Журавська досліджує меми війни в українських масмедіа [4]. І. Шевченко, В. Шевченко та І. Морозова присвятили свої розвідки номінації агресії росії проти України в англомовних медіа в когнітивно-прагматичному аспекті [7]. Є. Васянович вивчає асоціативне поле війни як фрагменту мовної картини світу українських студентів-гуманітаріїв в психолінгвістичному аспекті [3]. Існує низка робіт, у яких ідеться про відтворення російсько-української війни в літературних творах [1; 2; 5].

З огляду на те, що війна ще триває, вивчення різноманітних способів вербалізації воєнних подій потребує подальших ґрунтовних досліджень, зокрема аналізу промов політиків щодо російського вторгнення в Україну.

Мета дослідження полягає у виявленні лінгвориторичних стратегій, якими послуговується Олаф Шольц у своїх промовах щодо війни в Україні, та у виокремленні тактик, що підпорядковані цим стратегіям.

Виклад основного матеріалу. Сучасні політики послуговуються у своїх промовах надбаннями класичної риторики, яка зазнавала змін протягом століть. Сучасна риторика, подібно до античної, базується на трьох канонах: етосі, логосі та пафосі. Етос, який у класичній риториці розуміють як самопрезентацію ритора, спирається сьогодні на глобальні та локальні топоси, які пов'язані зі світовими та національними цінностями. Логос зазнав найменших змін та ґрунтується на теорії аргументації. Сучасний риторичний пафос, який у класичній риториці апелює до емоцій реципієнтів, звертається до потреб людини. У цьому контексті слід згадати про піраміду потреб Абрахама Маслоу.

Відповідно до теорії А. Маслоу, «люди постійно відчувають певні потреби, котрі психолог об'єднав в окремі групи, що ієрархічно розміщені стосовно одна одної» [11, с. 87]. На думку психолога, «незадоволені потреби спонукають людину до дій, а задоволені більше не справляють мотивувального впливу на людину. За задоволення однієї потреби інша – незадоволена – стає на її місце» [6]. Згідно з цією теорією «фізіологічні та безпекові потреби є первинними, тобто природженими» [11, с. 123]. Інші групи потреб – у дружбі, повазі, визнанні, любові – належать до вторинних, які є психологічними за своєю природою. Натомість «фізіологічні потреби – у їжі, воді, повітрі, відпочинку – людина має задовольняти, щоб підтримувати організм у життєдіяльному стані, оскільки вони породжені фізіологією людини» [11, с. 146].

Слід зазначити, що безпекові потреби ґрунтуються на прагненні людей «досягти стабільного й безпечного способу життя та включають захист від фізіологічних і психологічних загроз з боку навколишнього світу й упевненість у тому, що фізіологічні та інші потреби людини задовольнятимуться належною мірою і в майбутньому» [6]. О. М. Щербак зазначає, що «теорія А. Маслоу дала багато для розуміння того, що лежить в основі інтересів і дій людей» [13, с. 97], і чим вдало користуються політики, зокрема канцлер Німеччини Олаф Шольц.

Аналіз емпіричного матеріалу засвідчує, що у своїх промовах з початком російсько-української війни Олаф Шольц апелює до базових потреб (безпекових та фізіологічних). Іншими словами, політик використовує лінгвориторичну стратегію впливу через пафос, апелюючи до потреби у безпеці. З метою доведення своєї думки Олаф Шольц подекуди звертається до лінгвориторичної стратегії впливу через логос.

Канцлер Німеччини Олаф Шольц виступив зі зверненням до німецького народу 24 лютого 2022 року [10]. Вже з початку промови чітко прослідковується використання лінгвориторичної стратегії впливу через пафос, яка вербалізується предикативами *furchtbar sein, düster sein, sich sorgen um, ernst sein*, які підпорядковують номінативні одиниці *Tag, die Ukraine, Europa, Frieden, Lage*. Семантика виокремлених одиниць реалізує загрозу та потребу в безпеці, а іменник «*Europa*» засвідчує, що ця війна стосується кожного європейця: *«Heute ist ein furchtbarer Tag für die Ukraine. Und ein düsterer Tag für Europa. Wir alle sorgen uns um den Frieden. Ich kann mir gut vorstellen, welche Fragen Sie sich heute Abend stellen. Mir geht es da nicht anders als Ihnen. Die Lage ist sehr ernst».* – Сьогодні страшний день для України. І похмурий день для Європи. Ми всі турбуємося про мир. Я добре уявляю, які питання ви ставите собі сьогодні ввечері. Я відчуваю те саме, що й ви. Ситуація дуже серйозна.

У наведеному контексті третє, четверте та п'яте речення починаються з особових займенників «wir» та «ich», що демонструє консоліда-

цію з Україною та розуміння відповідальності за досягнення миру всієї Європи. Стратегія впливу через пафос підпорядковує тактики ідентифікації джерела загрози, цілі загрози, інструменти загрози, локативну та темпоральну тактики.

Тактика ідентифікації джерела загрози вербалізується іменником *«Russland»,* словосполученнями *«Präsident Putin»* та антропонімом *«Putin».* Тактика ідентифікації цілі загрози представлена топонімом «*Ukraine*», загальними іменниками *«Ukrainerinnen», «Ukrainer», «Frauen», «Männer», «Kinder»,* а також словосполученнями *«Bürgerinnen und Bürgern der Ukraine».* Вживання виокремлених одиниць на позначення цілі загрози дає розуміння того, що війна ведеться проти мирного населення. Окрім того, ціллю загрози є *«die Grund-Prinzipien der Charta der Vereinten Nationen», «die europäischen Friedensordnung».* Зазначені одиниці вказують на те, що це не лише напад на Україну, а й на Європу та увесь світ.

Тактика ідентифікації інструменту загрози реалізується словосполученнями *«Putins Krieg», «Aggression», «Angriff», «Krieg»:*

1. «Dieser Krieg ist Putins Krieg». – Ця війна – війна Путіна.

2. «Unser Ziel: der russischen Führung klar zu machen – für diese Aggression wird sie einen hohen Preis zahlen». – Наша мета – дати зрозуміти російському керівництву, що вони заплатять високу ціну за цю агресію.

3. «Mit dem Angriff auf die Ukraine will Präsident Putin die Zeit zurückdrehen». – Напавши на Україну, президент Путін хоче повернути час назад.

4. «Gerade erleben wir den Beginn eines Krieges, wie wir ihn in Europa seit fast 80 Jahren nicht erlebt haben». – Ми є свідками початку війни, подібної до якої ми не бачили в Європі майже 80 років.

5. «Es gibt kein Zurück in die Zeit des Kalten Krieges, als Supermächte die Welt unter sich aufteilten in Einflusszonen». – Неможливо повернутися до холодної війни, коли наддержави ділили світ на зони впливу.

6. «Deshalb haben wir Präsident Putin wieder und wieder vor einem Krieg gegen die Ukraine gewarnt». – Саме тому ми знову і знову застерігаємо президента Путіна від війни проти України.

7. «Noch vor gut einer Woche habe ich persönlich mehrere Stunden mit ihm im Kreml diskutiert und ihm klar gesagt: Dieser Krieg wäre ein schwerer Fehler». – Трохи понад тиждень тому я особисто провів кількагодинну розмову з ним у Кремлі та чітко сказав йому, що ця війна була б великою помилкою.

8. «Er allein, nicht das russische Volk, hat sich für diesen Krieg entschieden». – Він один, а не російський народ, вирішив розпочати війну.

Слід зазначити, що з 2014 року, коли росія напала на Україну, європейські політики уникали називати війну війною, а вживали замість цього слова «конфлікт» або «напад». З початком повномасштабного російського вторгнення в Україну риторика європейських країн змінилася і всі визнали, що є справжня війна, яка несе загрозу всьому світові. Доказом зміни цієї риторики є те, що у своїй першій промові від 24 лютого 2022 року щодо повномасштабного вторгнення росії в Україну, Олаф Шольц ужив слово «війна» сім разів, а слова «напад», «агресія» та «конфлікт» по одному разу. Однак, останній приклад («*Er allein, nicht das russische Volk, hat sich für diesen Krieg entschieden».* – Він один, а не російський народ, вирішив розпочати війну) свідчить про те, що Олаф Шольц знімає відповідальність за війну з російського народу, намагаючись пом'якшити ситуацію.

Темпоральна тактика реалізується вербалізаторами «*heute*», *«gerade», «seit fast 80 Jahren», «in diesen schweren Stunden», «die Zeit des Kalten Krieges», «die Zeit vor 1989»* та *«damals».* Ця тактика призначена для позначення часу початку повномасштабного вторгнення в Україну одиницями «*heute*», *«gerade»* та *«in diesen schweren Stunden»:*

1. «Heute ist ein furchtbarer Tag für die Ukraine». – Сьогодні жахливий день для України.

2. *«Gerade zwei Flugstunden von Berlin entfernt sitzen im Moment Familien in Luftschutzkellern».* – Лише за дві години польоту від Берліна сім'ї сидять у бомбосховищах.

Окрім того, у своїй промові Олаф Шольц звертається до аргументів минулого, реалізуючи лінгвориторичну стратегію впливу через логос. Канцлер сподівається, що німецькі громадяни пам'ятають, якою була ситуація в Європі у минулі часи, які вербалізують одиниці *«seit fast 80 Jahren», «die Zeit des Kalten Krieges», «die Zeit vor 1989», «damals»:*

1. «Gerade erleben wir den Beginn eines Krieges, wie wir ihn in Europa seit fast 80 Jahren nicht erlebt haben». – Саме зараз ми є свідками початку війни, подібну якій ми не бачили в Європі майже 80 років.

2. «Es gibt kein Zurück in die Zeit des Kalten Krieges, als Supermächte die Welt unter sich aufteilten in Einflusszonen». – Повернення до епохи холодної війни, коли наддержави ділили світ між собою на зони впливу, неможливе.

3. «Und es gibt auch kein Zurück in die Zeit vor 1989. Damals erkämpften die Bürgerinnen und Bürger in Mittel- und Osteuropa sich ihre Freiheit und Demokratie. Auch in unserem Land. Und in der Ukraine». – І немає повернення до часів до 1989 року, коли громадяни Центральної та Східної Європи боролися за свою свободу і демократію. У тому числі й у нашій країні. І в Україні.

Локативна тактика представлена топонімом *«Ukraine»* на позначення території, на якій ведеться війна, а також топонімами *«Europa»* та *«Berlin»* на позначення територій ймовірної ескалації:

1. «Es ist der Versuch, Grenzen innerhalb Europas gewaltsam zu verschieben, ja vielleicht, ein ganzes Land von der Weltkarte zu tilgen». – Це спроба насильно змінити кордони в Європі, можливо, навіть стерти цілу країну з карти світу.

2. «Gerade zwei Flugstunden von Berlin entfernt sitzen im Moment Familien in Luftschutzkellern». – Лише за дві години польоту від Берліна сім'ї сидять у бомбосховищах.

3. «Gleichzeitig müssen wir dafür sorgen, dass dieser Konflikt nicht auf weitere Länder Europas übergreift». – Водночас, ми повинні забезпечити, щоб цей конфлікт не поширився на інші країни Європи.

Наведені приклади вказують на те, що канцлер Німеччини почав розуміти загрозу як таку, що стосується не лише України, а може торкнутися і його країни, і всього світу.

Аналіз подальших промов щодо війни в Україні канцлера Німеччини Олафа Шольца доводить, що його риторика від 24 лютого 2022 року не змінилася. Політик і надалі виступає на боці України на різноманітних світових самітах, застосовуючи стратегію впливу через пафос як пріоритетну, як-от на зустрічі G7 п'ятого квітня 2022 року [12].) Зазначена стратегія реалізується предикатами *verschärfen, unerträglich sein, die Alarm schlagen,* які вербалізують уявлення канцлера Німеччини про війну в Україні.

У своїй промові він згадує Україну шість разів, позначаючи ціль загрози топонімом «Ukraine», джерело загрози – росія / «Russland» – згадується лише один раз, адже світовій спільноті відомо, хто є агресором. Тактику ідентифікації інструменту загрози реалізують загальні іменники *«Krieg»*, що тричі згадується та *«Angriffkrieg»*, який також вжито один раз:

1. «Eines möchte ich noch vorweg stellen: Die deutsche G7-Präsidentschaft bleibt den globalen Herausforderungen verpflichtet, die der Krieg in der Ukraine noch verschärft hat». – На початку я хотів би сказати одну річ: Німецьке головування в G7 залишається відданим глобальним викликам, які загострилися через війну в Україні.

2. «Seit mehr als zwei Monaten tobt in der Ukraine ein furchtbarer Krieg. Kein Tag vergeht, an dem uns nicht neue, schreckliche Bilder und Meldungen aus Mariupol, Butscha und anderen Orten in der Ukraine erreichen». – Вже понад два місяці в Україні триває жахлива війна. Не минає і дня без нових, жахливих зображень і повідомлень з Маріуполя, Бучі та інших місць в Україні.

3. «Der Angriffskrieg gegen die Ukraine hat zu einer beispiellos engen Abstimmung geführt. Weil wir spüren, was uns über Grenzen hinweg verbindet – Freiheit, Recht und Demokratie». – Агресивна війна проти України призвела до безпрецедентно тісної координації. Тому що ми відчуваємо, що нас об'єднує через кордони – свобода, справедливість і демократія.

В аналізованій промові на Саміті G7 Олаф Шольц застосовує тактику консолідації, яка вербалізується абревіатурою *«G7»*, особовим займенником *«wir»* та словосполученням *«Solidarität mit den Geflüchteten»,* що вказує на те, що загрозу можна подолати лише спільними зусиллями всього світу:

1. «Das ist unerträglich. Und deshalb stehen die G7 heute so geschlossen wie selten zuvor». – Це нестерпно. І саме тому «Велика сімка» сьогодні єдина, як ніколи раніше.

2. «Und deshalb stärken wir auch Rechenschafts-Mechanismen und die internationale Strafgerichtsbarkeit – nicht zuletzt in der Ukraine». – І саме тому ми також зміцнюємо механізми підзвітності та міжнародного кримінального правосуддя – не в останню чергу в Україні.

3. «Wir sehen das aktuell an der Solidarität mit den Geflüchteten aus der Ukraine». – Зараз ми бачимо це на прикладі солідарності з біженцями з України.

Згідно з результатами лінгвориторичного аналізу промов Олафа Шольца доходимо до висновку, що політик у своїх зверненнях послуговується стратегією впливу через пафос, застосовуючи іноді стратегію впливу через логос.

Водночас зауважимо, що публічна риторика Олафа Шольца щодо підтримки України є предметом пильної уваги соціальних медіа, зокрема, телеграм-каналів, що поширюють дезінформацію та проросійські наративи щодо війни в Україні для російськомовної аудиторії Німеччини:

«Спистолетомувискаможновестипереговоры только о своём поражении» Олаф Шольц

выступил перед немецким парламентом. В пламенной речи канцлер в очередной раз присягнул в верности Украине и рассказал, как злая Россия всем угрожает и не хочет садиться за стол переговоров на западных условиях. Тех, кто в Германии выступает за мир, Шольц назвал циниками, а тех, кто боится эскалации, призвал смириться и расслабиться довериться правительству. Вторую часть речи Олаф посвятил воображаемым успехам, которых ФРГ достигла за прошедший год: мол, на возобновляемую энергию почти перешли, экономика растёт — и это всё без российского газа! Полный волькенкукуксхайм, короче. Отдельное внимание канцлер отвёл бундесверу, но тут уж депутаты не выдержали и подняли Олафа на смех. Вместо тысячи слов… @kanzlerdaddy» [15].

Ці маніпулятивні повідомлення впливають на громадську думку шляхом викривлення реальних подій, підбурюють до невдоволення політикою канцлера Шольца та його уряду через підтримку України, надання їй воєнної допомоги, а також застосування санкцій до росії [14].

Частину цих медіаресурсів засновано в німецькому сегменті телеграму після заборони в Німеччині російського телеканалу RTDE та вже після повномасштабного вторгнення росії в Україну. Серед них виокремимо «Папочку канцлера», що створений 25 березня 2022, і на момент дослідження мав 57738 підписників. Новини з цього каналу беруть 1816 інших каналів, зафіксовано 762 репости і 1054 згадування. Повідомлення з «Папочки канцлера» розміщують такі російські пропагандистські телеграм-канали, як «Соловьев live Лайф» (геолокація – не визначено), «Соловьев» (геолокація – Білорусь), «Соловьев» (геолокація – не визначено), «Маргарита Симоньян» (геолокація – Росія). Водночас шеф-редактор каналу «Папочка канцлера» Поліна Маяк бере участь у російському пропагандистському ток-шоу «Соловьев Live», де розповідає маніпулятивну інформацію про Німеччину та війну в Україні.

Загалом на телеграм-платформі функціонують сотні каналів, які дезінформують, про події російсько-української війни. Ці канали працюють як мікромедіа, щоденно розміщуючи нову інформацію. Їх використовують для маніпулювання громадською думкою, дезінформування та втручання у внутрішні справи не тільки України, а й Німеччини. Канали переважно анонімні, з невизначеною геолокацією, хоча є і ті, де чітко зазначена країна походження. Частина каналів, як «Папочка канцлера» чи «Кремльовая долина» мають ідентифікованих авторів, які співпрацюють з російськими пропагандистськими медіа. Канали-пропагандисти дуже добре знають свою цільову аудиторію в Німеччині, а також внутрішньополітичний, економічний, культурно-історичний контекст країни, а тому можуть прогнозувати ймовірну поведінку, формувати чутливі меседжі для дестабілізації, зниження соціальної згуртованості всередині країни, зокрема на темі підтримки України канцлером Шольцем і його урядом.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Лінгвістична риторика відіграє важливу роль у формуванні громадської думки та впливі на політичні рішення. Все це вимагає уважного ставлення до вживання мови в контексті війни та наголошує на важливості критичного лінгвориторичного аналізу медійного вмісту та політичних декларацій. Лінгвістична риторика стосовно війни в Україні розкриває важливі аспекти використання лінгвориторики для впливу на суспільство і формування публічної думки.

Перспективу подальших розвідок вбачаємо в аналізі політичних промов Урсули фон дер Лайен щодо війни в Україні.

Список літератури:

1. Бартащук О., Ніколаєва А., Тарасюк М. Вербалізація концепту «війна» в романі Г. Вдовиченко «Маріупольський процес». *Філологічний дискурс: зб. наук. праць* / гол. ред. Віталій Мацько. Хмельницький: ХГПА, 2020. Вип. 11. С. 78–91.

2. Бондар Н. Образні модифікації концепту війна в текстопросторах братів Тютюнників. *Філологічні науки.* 2016. Вип. 23. С. 111–118.

3. Васянович Є. Психолінгвістичний аналіз асоціативного поля війна як фрагменту мовної картини світу українських студентів-гуманітаріїв. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського.* Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Том 31 (70) № 1. Ч. 1. 2020. С. 13–17.

4. Журавська О. Меми війни в українських масмедіа: типи й функціональність. *Кримський міжнародний форум: філологія та журналістика: збірник матеріалів*, 20–21 жовтня 2022 р., м. Київ. Львів – Торунь: Liha-Pres, 2022. С. 22–26.

5. Огар А. Вербалізація концепту ВІЙНА в сучасному художньому дискурсі. *Рідне слово в етнокультурному вимірі: збірник наукових праць. Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка.* 2019. С. 38–47.

6. Піраміда потреб Маслоу – визначення, простими словами. URL: https://termin.in.ua/piramida-maslou/
7. Шевченко І., Морозова І., Шевченко В. Номінації агресії Росії проти України в англомовних медіа: когнітивно-прагматичний аналіз. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна.* Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. 2022. № 95. С. 70–77.
8. Щербак О. М. Лінгвориторична стратегія впливу в німецькомовних інтернет-новинах. *Мовні і концептуальні картини світу: [зб. наук. пр.]* / [відп. ред. А. Д. Бєлова]. К.: ВПЦ «Київський університет», 2015. Вип. 55. Ч. 2. С. 409–414.
9. Щербак О. М. Лінгвориторичні стратегії зображення російсько-української війни 2022 року (на матеріалі повідомлень німецькомовного сайту tagesschau.de). *Актуальні питання іноземної філології. Збірник наукових праць.* Луцьк: Волинський. нац. ун-т імені Лесі Українки, 2022. № 16. С. 219–225. URL: https://doi.org/10.32782/2410-0927-2022-16-32.
10. Fernsehansprache von Bundeskanzler Scholz anlässlich des russischen Überfalls auf die Ukraine. URL: https://www.bundeskanzler.de/bk-de/aktuelles/fernsehansprache-von-bundeskanzler-scholz-anlaesslich-des-russischen-ueberfalls-auf-die-ukraine-2007824
11. Maslow A. H. Motivation and Personality. N. Y.: Harper & Row Publishers, 1970. 368 p.
12. Rede von Bundeskanzler Scholz beim Civil 7 Summit 2022 am 5. Mai 2022. URL: https://www.bundeskanzler.de/bk-de/suche/rede-von-bundeskanzler-scholz-beim-civil-7-summit-2022-am-5-mai-2022-2030906
13. Schtscherbak O. Zusammenwirken der linguistisch-rhetorischen Strategien in den deutschen Nachrichten im Internet. *Одеський лінгвістичний вісник.* 2018. Вип. 11. С. 93–100.
14. Yarova A. Thematic Patterns of Russian Disinformation. *Baltic Journal of Legal and Social Sciences*. 2023. № 4. P. 158–165. URL: https://doi.org/10.30525/2592-8813-2022-4-19.
15. Kanzlerdaddy. 02 березня, 12:21. URL: https://telemetr.io/uk/channels/1654303413-kanzlerdaddy/publish.

Samokhval O. O., Yarova A. H. LINGUISTIC RHETORIC OF CHANCELLOR SCHOLZ ON THE WAR IN UKRAINE

The article is devoted to the linguistic objectification of the Russian-Ukrainian war in Olaf Scholz's speeches and the analysis of the manipulative approach in the creation of the Chancellor's speeches. The aim of the study is to identify the linguistic strategies used by Olaf Scholz in his speeches on the war in Ukraine, and to distinguish the tactics that are subordinate to the strategies. The article uses such general scientific research methods as the method of analysis and synthesis and special methods of research in linguistics and the humanities as the systematic method and functional analysis of political speeches. The study is based on an interdisciplinary approach that includes knowledge of communication theory, psycholinguistics, and sociolinguistics. The empirical basis of the study is the texts of speeches by German Chancellor Olaf Scholz. The paper presents a picture of theoretical comprehension and the main approaches to the study of the construction of political speeches in terms of linguistics. In the course of the analysis, it is found that the postulates of ancient rhetoric and neorhetoric are successfully used in the creation of Olaf Scholz's speeches. It has been established that in producing the texts of the German Chancellor's speeches since the beginning of the full-scale Russian invasion of Ukraine, Olaf Scholz appeals in his speeches to basic needs (security and physiological). In order to achieve the communicative goal, the Chancellor uses linguistic strategies of influence through pathos and logos. At the same time, the strategy of influence through pathos is dominant and subordinates the tactics of identifying the source of the threat, the target of the threat, the instrument of the threat, localization, temporal and consolidation tactics. In turn, the strategy of influence through logos is realized by appealing to negative past experiences.

Key words: *need, speech, linguistic strategy, strategy of influence through logos, strategy of influence through pathos, tactics.*

UDC 81’42
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/17

Sivaieva O. S.
Borys Grinchenko Kyiv University

PANDEMIC IN 2021 “ECONOMIST” DISCOURCE

The research is dedicated to the corpus analysis of the semantic prosody of collocations with PANDEMIC in “The Economist”. The corpus has been processed with the help of Voyant Tools. Text passages containing collocations with PANDEMIC have been analyzed in order to state the prosody mode of the collocation in the context. The study mostly pays attention to determine discursive peculiarities of collocations with PANDEMIC in The Economist issues published in 2021. The dictionary definition of PANDEMIC defines it as a word with negative semantic prosody, whereas the discourse analysis demonstrates that collocations containing the lemma PANDEMIC can have positive, negative or neutral semantic coloring, which depends on the contextual meaning of the analyzed passage and which is also based on the semantic prosody mode of other words in the passage, which actually designates and presupposes the mode of the collocations in question. Although verbs such as to be and to have did not reveal much about the semantic prosodies of the word PANDEMIC, others, like hit and strike, appeared to be used negatively, justifying the pejorative effects that the pandemic had. The verb lift was perhaps more positive, speaking of the lifting of pandemic-related restrictions, whilst fear had a negative connotation and referred to the public worrying about the duration of the pandemic. Collocations PANDEMIC + throughout and before have a neutral semantic prosody, which shows that such collocations are used in text passages in the surrounding of neither positive nor negative words and the whole passage serves as a statement of some facts without being evaluated. Many of the collocates of PANDEMIC related to time (e.g., during, since, throughout, start, before, began, behind), which will be explored in further detail.

Key words: *semantic prosody, corpus analysis, collocations, PANDEMIC, media discourse, The Economist.*

Statement of the problem. The global reach of the COVID-19 pandemic and the ensuing localized policy reactions provides a case to uncover how a global crisis translates into linguistic discourse. Language is not set in stone; it is constantly evolving to accommodate new ideas, technologies, and social change. Throughout our lives we are exposed to situations that require a change in the meaning of the words we already know. In the present study, we are interested in addressing the plasticity of lexico-semantic representations in a large-scale and ecologically valid experiment in the context of the COVID-19 pandemic.

Analysis of recent research and publications. Over the past three decades, a significant body of linguistic research has been dedicated to the topics of Semantic Prosody [4, p. 9; 6, p. 158; 10, p. 87] and Corpus Linguistics [7; 8; 13, p. 11]. The concept of semantic prosody, initially introduced by B. Louw in 1993, refers to the consistent aura of meaning that a word or phrase acquires based on its associations with other words. Consequently, semantic prosody serves as a reflection of the writer's or speaker's attitude within a text and is closely linked to connotation and context. In essence, the positivity or negativity of a word's semantic prosody depends on the accompanying words or phrases with positive or negative meanings. Some words tend to have a predominantly negative prosody, a few may exhibit a positive prosody, while many remain neutral. Furthermore, the presence of predominantly negative or positive lexical units among the word's collocates influences the strength of its negative or positive prosody. When both positive and negative collocates coexist in the context, the word is considered to have a neutral prosody, as described by the research [12 p. 160]. J. Sinclair underscores that semantic prosodies are essentially evaluative and attitudinal, providing a means for expressing the speaker's endorsement (positive prosody) or disapproval (negative prosody) of the current topic under discussion [10, p. 87].

Semantic prosody analysis uses corpora and corpus tools of analysis to study the collocates of the expression under study. Frequency count and collocation analysis generate statistical data with the aid of computer tools. However, the prosody analysis, based on the collocates of the expression under study, involves qualitative analysis. Semantic prosody, therefore, employs both quantitative and qualitative analyses [11].

The majority of research into semantic prosody has primarily relied on extensive general language

databases. A corpus can be understood as a 'body' of language, more precisely, an extensive collection of naturally occurring language that is stored in computer files. In their 2011 publication "Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice," T. McEnery and A. Hardie [7] discuss how corpus linguistics is concerned with explaining and describing language. They also emphasize that Corpus Linguistics is a quantitative approach, which means that it primarily deals with numerical data, specifically frequencies of words and phrases in these language corpora.

We use a cross-linguistic corpus that allows us to chart small-scale diachronic changes in news-media discourse during the first year of the pandemic. Second, a set of collocations with the PANDEMIC was isolated from the corpus, and their frequency of use was determined. Next, with the help of appropriate measures, the associated words were identified. These associated words were then interpreted and classified from a semantic perspective through an iterative qualitative analysis, laying the groundwork for a quantitative analysis of cross-linguistic and diachronic evolutions.

Task statement. Thus, the aim of the research is to determine discursive peculiarities of collocations with PANDEMIC in The Economist issues published in 2021. Considering the aim, the following objectives have been set forward:

1) to create and process the broadsheet and the tabloid corpora;

2) to analyse and compare discursive features of collocations with PANDEMIC in the newspaper singling out specific discursive characteristics.

Based on the Web Corpora that are automatically POS-tagged and accessible via Voyant Tools [14], this study provides a thorough analysis of the collocations with PANDEMIC. We extracted a total of 75 collocations retrieved from the Economist media data from January through December 2021 [15]. These associated words were then organized into categories describing the properties of the pandemic and metaphorical images created in the studied text passages.

Outline of the main material of the study. For centuries, newspapers have served as the primary hub of the news industry. Even with the expansion of digital media, people continue to consume newspapers in print format, on websites, or through mobile apps. Media discourse, particularly in newspapers, mirrors global events as they unfold. The discourse approach to the analysis of media messages allows us to evaluate both the text of the message itself and the extra-linguistic features of its implementation [5]. The distinction of media discourse as an independent type of discourse is due to the social significance of the communication sphere represented by this type of discourse [3]. In addition, when analysing the media as a discourse activity, it is necessary to take into account that the media act as a means of explaining, popularising and transmitting specially processed and presented information to the mass audience in order to influence it. From this point of view, media discourse reflects certain structures of world knowledge and assessments, guiding the addressee to a certain understanding of reality, and, most importantly, to further behaviour [1, p. 12]. Media discourse, like any other type of discourse, contains a linguistic and cultural code, which is defined as a system of cultural and linguistic characteristics that satisfy the communicative needs in a linguistic and cultural situation. The text of a media discourse as a projection of the generating linguistic and cultural space contains references to various types of realities, historical events, keywords of a particular era, which "bind" the text to the linguistic and cultural space that generates it [2, p. 269].

Thus, media discourse can be defined as a communicative and cognitive phenomenon created by the mass media, the study of which allows us to scientifically comprehend the formative knowledge that is reflected in the practice of modern life.

Consequently, the ongoing pandemic has garnered significant media coverage. Both broadsheets and tabloids have been focusing on the most pressing issues related to the Covid-19 pandemic.

The word PANDEMIC has negative connotation, as it is defined as an occurrence of a disease that affects many people across a whole country or the whole world [9]. In this way, collocations with the lemma PANDEMIC have negative semantic prosody as well.

However, discourse analysis of newspaper text passages demonstrates that despite the negative semantic prosody of the collocations with PANDEMIC and clearly negative metaphoric pictures created in the articles there are some examples of positive consequences caused by pandemic.

PANDEMIC occurred 554 times in the corpus (see Fig. 1).

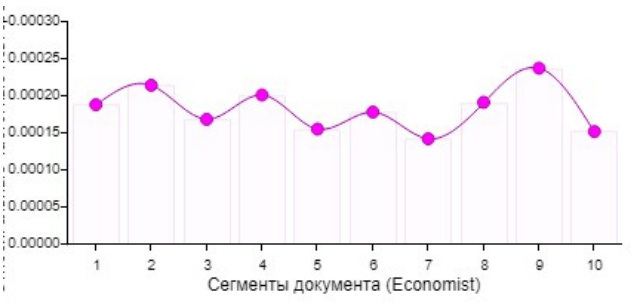


Fig. 1. Occurrence of PANDEMIC in The Economist 2021

Its top ten collocates are displayed in Table 2:

Table 2

Top 10 collocates of PANDEMIC

Rank	Collocate	Frequency
1	During	55
2	Since	31
3	Throughout	20
4	Start	20
5	Before	23
6	This	48
7	Began	12
8	The	466
9	Wave	12
10	Behind	11

Many of the collocates of PANDEMIC related to time (e.g., *during, since, throughout, start, before, began, behind*), which will be explored in further detail. *During* collocated with PANDEMIC when reporting events occurred since the Covid-19 outbreak, for example, infections and hospitalisations rising. *Since* referred to the same idea, but also to this being the busiest period of travel since the pandemic began.

For *throughout*, Andrew Opie also said, "Retail workers and suppliers, who have played a vital role throughout this pandemic, should be allowed to work provided they are double vaccinated or can show a negative Covid test, to ensure there is no disruption to the public's ability to get food and other goods." The repeated inclusion of this quote in various newspapers had, once more, influenced the collocational significance. However, the presence of this quotation in multiple articles could indicate the widespread reach and prominence that this statement achieved.

Behind, although a proximal preposition, was used in the corpus to refer to time. Frequently, articles questioned whether the worst of the pandemic was "behind us", in structures such as "Most britons have tried to put the coronavirus pandemic behind them." Thus, *behind* was used with PANDEMIC in a positive (the worst "is behind" us) context.

The Voyant Tool revealed further collocates that were not statistically significant, but had a positive connotation: "The BBC is having a good pandemic." Although this might be seen as a collocational clash, further analysis exposed this as predominantly used when discussing Keir Starmer, leader of the Labour opposition party in the UK, stating that he had a "good pandemic" until the vaccine rollout. Concordance lines showed that there were repeated sentences in multiple articles, especially quotes, as previously mentioned. Unsurprisingly, occurrences like *coronavirus, covid-19, covid* and *global* all appeared with PANDEMIC. *Severe* also collocated with PANDEMIC, but only appeared twice in the corpus.

Wave referred to the pandemic phase, characterised by fluctuations in infection rates, mentioning the first ("As the first wave of the pandemic peaks, politicians go back to bickering"), second ("India's catastrophic second pandemic wave"), third ("The gag captures the dismay many Germans feel about their state's inability to fend off the third wave of the pandemic, even as other countries vaccinate their way towards freedom") and latest ("The current wave of the pandemic sweeping across Britain was also likely to get worse before it gets better") waves. These were usually contextualised through the numbers of infections and deaths in each wave. Therefore, although factual reporting, the reference to death and infection had negative connotations.

The Voyant Tool for PANDEMIC as a subject in the clause, shown in Fig. 3, included 32 verbs. Although verbs such as *to be* and *to have* did not reveal much about the semantic prosodies of this word, others, like *hit* and *strike*, appeared to be used negatively, justifying the pejorative effects that the pandemic had. As seen in Fig. 3, collocates of PANDEMIC, like *threaten, disadvantage, exacerbate* and *deprive* could be deemed as negative. Other collocates of PANDEMIC appeared to have a negative connotation, such as *devastate* and *cripple*.

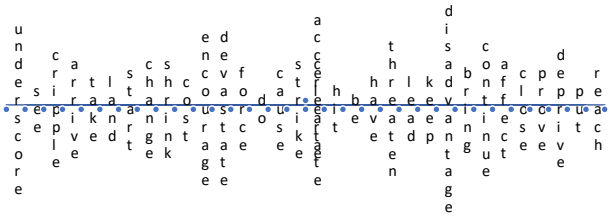


Fig. 3. Voyant Tool's visualisation to show PANDEMIC as a subject

In Figure 4, PANDEMIC was explored as a grammatical object. *End*, again, appeared as a frequent collocate of PANDEMIC, particularly when attempting to end the pandemic. Both *stress* and *blame* emphasised the impact of the pandemic, yet removed such an impact from tertiary sectors, through a variety of positively and negatively connotated collocates. For example, *lift* was perhaps more positive, speaking of the lifting of pandemic-related restrictions, whilst *fear* had a negative connotation and referred to the public worrying about the duration of the pandemic.



Fig. 4. Voyant Tool's visualisation to show PANDEMIC as an object

For our semantic classification and analysis, we looked for patterns and semantic clusters in the associated words. To this end, a qualitative iterative procedure was followed to identify overarching semantic categories in the list of associated words. As such, the complete set of 75 associated words was coded in a bottom-up iterative procedure and the words were grouped according to more general semantic categories that relate to the concept PANDEMIC. This coding procedure led to 7 emerging semantic categories that are summarized in Table 5:

Conclusions. As we have seen, more in-depth qualitative descriptions of the particularly associated terms form the first avenue for future research. Overall, the results of our study have indicated the tendencies in newspaper reporting on a sudden global crisis such as the COVID-19 pandemic while also highlighting some linguistic preferences. Through a combination of corpus linguistic methods and semantic classification, we have arrived at a description of the underlining semantic space that characterizes COVID-19 pandemic discourse in the English newspaper data. Further research is going to be based on corpora of American broadsheets and tabloids presenting a contrastive study of results and also a comparative analysis with the results obtained in this research.

Table 5

Overview of the semantic categories relating to PANDEMIC

Category	Description
LOCATION	The associated word indicates a geographic location or area.
DIFFUSION & SPREAD	The associated word expresses processes of spread across a community or an organism.
RECENCY	The associated word expresses that the item referred to the pandemic is considered to be novel at the time of discourse.
MEASURES	The associated word describes medical and societal effects and measures taken in response to the disease or following the pandemic.
CAUSE & EFFECT	The associated word indexes cause and effect relations.
COMPARISON	The associated word establishes relations of similarity and contrast to other entities.
EVALUATION	The associated word represents an emotionally loaded expression.

Bibliography:

1. Bednarek M. Evaluation in Media Discourse: Analysis of a Newspaper Corpus / Monika Bednarek. London, 2006. P. 12.
2. Bell A. The Language of News Media [Електронний ресурс] / Allan Bell //Oxford: Basill Blackwell, 1996. 269 p. Режим доступу: http://www2.media.uoa.gr/lectures/linguistic archives/mda0405/notes/Bell Media and Language.pdf.
3. Blum-Kulka, Shoshana, and Hamo M. "Discourse Pragmatics." In Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction, ed. by Teun A. van Dijk. 2011. 132-146 pp. Retrieved from https://www.edisoportal.org/attachments/article/274/Blum-Kulka%20Shoshana.pdf (access date: 03.10.23)
4. Bublitz W. Semantic prosody and cohesive company. Leuvense Bijdragen : 85.1–2, 1996. P. 9.
5. Firth A, Johannes W. On discourse, communication, and (some) fundamental concepts in SLA research. The Modern Language Journal. Blackwell Publishing Inc. 2007. 757–772 pp. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/227684972_On_Discourse_Communication_and_Some_Fundamental_Concepts_in_SLA_Research (access date: 30.09.23)
6. Louw B. Contextual prosodic theory: Bringing semantic prosodies to life. Birmingham : University of Birmingham, 2000. P. 158.
7. McEnery and Hardie. Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice. Cambridge University Press. 2011. 294 p.
8. McEnery T. and Wilson A. Corpus Linguistics. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1996. 335 p.
9. PANDEMIC. Retrieved June 10, 2021, from https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/pandemic

10. Sinclair J. The search for units of meaning. Textus 9, 1996. P. 87.
11. Stubbs M. Text, corpora and problems of interpretation: A response to Widdowson. Applied Linguistics. 2001. 149–172 pp. Retrieved from https://www.semanticscholar.org/paper/Texts%2C-corpora%2C-and-problems-of-interpretation%3A-A Stubbs/eeab3b8a1c9dbc35f2eccc24e8d6dc1d7879de02 (access date: 22.09.23)
12. Steward D. Semantic prosody: A critical evaluation. New York. Routledge : Taylor and Francis, 2010. P. 160.
13. Teubert W. My version of corpus linguistics. International Journal of Corpus Linguistics 10 : 1, 2005. P. 11.
14. Voyant Tools: Retrieved from https://voyant-tools.org/
15. The Economist. Great Britain. Retrieved from https://www.economist.com/ (access date: 20.09.2023)

Сіваєва О. С. *PANDEMIC* У МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ 2021 РОКУ

Статтю присвячено контрастивному корпусному аналізу семантичної просодії словосполучень з PANDEMIC в газеті "The Economist". Для проведення даного дослідження створено та проаналізовано за допомогою комп'ютерної програми Voyant Tools корпуси текстів, до складу яких входять словосполучення з PANDEMIC. Дана розвідка здебільшого зосереджена на дослідження дискурсивних особливостей словосполучень PANDEMIC у статтях газети The Economist, опублікованих у 2021 році. У словнику PANDEMIC визначено як слово, яке має негативну семантичну просодію, тоді як дискурс-аналіз отриманих даних доводить, що словосполучення з PANDEMIC можуть мати позитивне, негативне і нейтральне семантичне забарвлення, що, в свою чергу, залежить від контекстуального значення уривку, який аналізується, а також базується на семантичному забарвленні інших слів в уривку, яке фактично позначає та передбачає спосіб сполучень про які йдеться. Хоча такі дієслова як to be і to have не розкривають семантичної просодії слова PANDEMIC, інші, такі як hit і strike мають негативну семантичну просодію, виправдовуючи принизливі наслідки пандемії. Дієслово lift має позитивне забарвлення, говорячи про скасування обмежень пов'язаних з пандемією, тоді як іменник fear має і вказує на стурбованість людства щодо тривалості пандемії. Словосполучення з PANDEMIC + throughout і before мають нейтральну семантичну просодію, що показує, що такі словосполучення використані в уривках тексту в оточенні і не позитивних, і не негативних слів, і весь уривок служить констатацією деяких фактів без оцінки. Багато словосполучень з PANDEMIC пов'язані з часом, наприклад during, since, throughout, start, before, began, behind і це досліджено в статті більш детально.

Ключові слова: *семантична просодія, корпусний аналіз, словосполучення, PANDEMIC, медійний дискурс, The Economist.*

СЕМІТСЬКА МОВА

УДК 81.411.21’38:003.074
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/18

Москаленко К. В.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

КОМУНІКАТИВНІ ТАКТИКИ ПОБУДОВИ АРАБСЬКОГО ДИПЛОМАТИЧНОГО ТЕКСТУ

В контексті сучасних військово-політичних реалій і особливої уваги, прикутої до геополітичного виміру, на перший план виходять способи комунікації представників держав, що визначають міжнародне становище рідних країн і країн-партнерів. Виклики, з якими стикаються дипломати, пов’язані, зокрема, з потребою бути зрозумілим і в міру лаконічним, адже від цього залежить успіх комунікації.

У статті розглянуто деякі мовні і мовленнєві засоби, які використовуються в арабському офіційно-діловому стилі і є важливими складовими комунікативних стратегій політичного конструкту, що потребує детального лінгвопрагматичного аналізу. Здійснено аналіз низки арабських офіційно-ділових текстів з огляду на механізми їх утворення, зокрема, контекст написання чи виголошення таких текстів, мету створення та характеристики наявних лінгвістичних і стилістичних особливостей.

У процесі роботи було застосовано низку методів дослідження, а саме метод суцільної вибірки (виокремлення текстів, що підлягають аналізу), описовий метод (організація, інтерпретація і класифікація мовних явищ), зіставний метод (системне порівняння схожих семантичних одиниць та віднайдення спільних і відмінних елементів), індуктивний (аналіз від конкретного до загального) та дедуктивний (аналіз від загального до конкретного) методи.

За результатами дослідження виявлено деякі лінгвопрагматичні тенденції та лексико-граматичні особливості укладання арабських офіційно-ділових текстів. Окреслено вагоме значення особистості автора офіційно-ділового тексту та типу викладу інформації (письмовий чи усний). Незалежно від мети арабського офіційно-ділового тексту, сталою залишається низка мовних засобів і риторичних прийомів, що мають релігійний характер. Ця складова може як штучно підсилюватись по мірі викладення основної ідеї тексту, так і лишатись на рівні помірного використання. Окрім того, досліджено роль, яку відіграє менталітет представників арабського світу в частині їх особливого ставлення до власної мови, що безпосереднім чином відбивається як на стилістиці тексту, так і на частоті звернення в ньому до специфічних граматичних структур арабської мови.

Ключові слова: *арабська мова, дипломатичний дискурс, офіційно-діловий текст, лінгвопрагматика, стилістика.*

Постановка проблеми. З урахуванням складного геополітичного контексту та потреби у перманентній комунікації між представниками світових держав, постає питання у знаходженні таких мовних інструментів, що забезпечили б адекватну реалізацію завдань, що стоять перед дипломатами. Розуміння чинників, що впливають на формування усного та письмового дипломатичного дискурсу представників країн арабського світу є важливою складовою розвитку зносин між арабськими державами та Україною; враховуючи виклики сьогодення, таке розуміння сприятиме ґрунтовнішій співпраці між всіма зацікавленими сторонами.

Аналіз останніх досліджень. В арабському світі дослідження арабського офіційно-діловий стилю було здійснено науковцями Хасаном Мінділь аль-‘Аклі та ‘Амадом ‘абд-аль Латифом [4; 5]. В Україні окремих досліджень, присвячених офіційно-діловому стилю, не виявлено, натомість, що стосується політичного дискурсу загалом, вагомий внесок в його дослідження зроблено О. В. Богомоловим та Л. М. Музаннар [1; 2].

Метою дослідження є визначення особливостей написання арабських офіційно-ділових текстів, усних та письмових, та виокремлення спільних і відмінних між двома типами дискурсу тенденцій. Матеріалом слугували виступи

політичних діячів арабських країн на міжнародних платформах та договір між двома країнами-представниками арабського світу про співпрацю у сфері дипломатії.

Виклад основного матеріалу. Дипломатичні тексти та термінологія, яку такі тексти містять, є складними багатокомпонентними утвореннями, роль багатогранності яких стає все вагомішою в світлі реалій сучасної геополітики. Проблематика побудови текстів такого типу набуває все більшої актуалізації, оскільки ескалація політичних процесів змушує звертати увагу на учасників цих процесів та головний інструмент їхньої комплексної комунікації – спілкування. Натомість, замість загальновідомої концепції «мови політиків і дипломатів», класичними ознаками якої є непрямий стиль звернення та деяке ухиляння від безпосередньої відповіді, варто розглядати мову дипломатії як дериват лінгвопрагматичних процесів, що в окремо взятий момент сприяють створенню готового продукту – тексту. Таким чином, на перший план виходять мовні особливості, що, в свою чергу, ґрунтуються на історичному розвитку регіону походження дипломата.

Як на письмі, так і під час публічних виступів (текст яких, очевидно, є заздалегідь підготовленим), арабський офіційно-діловий текст характеризується сукупністю специфічних стилістичних ознак, аналіз яких проливає світло на суттєві для організації дипломатичного дискурсу чинники. Аби проілюструвати прикладні аспекти таких особливостей, варто розглянути текст виступу керманича Арабської Республіки Єгипет Мухаммада Мурсі на шістдесят сьомій Генеральній Асамблеї Організації Об'єднаних Націй (далі – ООН), що мала місце 2012 року, та слова, якими він відкриває своє звернення до всіх присутніх [6]:

«باسم الله الرحمن الرحيم و الحمد الله و الصلاة و السلام على رسول الله محمد صلى الله عليه وسلم والذي نحبه و نتبعه و نحترمه»

«В ім'я Аллаха Милосердого та Милостивого, нехай Бог благословить Мухаммада-посланника Аллаха, якого ми всі любимо і шануємо і шляху його притримуємось.»

Віддання шани Аллаху та його посланнику Мухаммаду є класичною ввідною темою виступів діячів ісламського світу (не дивлячись на можливі модифікації самої форми вислову). Можемо припустити, що вищезазначена зміна у викладенні такого звернення (порівняно з класичною бісмілою, що обмежується словами «باسم الله الرحمن الرحيم») обумовлена намірами єгипетського президента відносно тематики його подальшого виступу.

«السادة و رؤساء الدول و السيدات و السادة في الحكومات أحييكم جميعا. أحييكم بتحية الإسلام الخالدة فالسلام عليكم و رحمة الله و بركاته.»

«Керівникам та президентам держав, панянкам та панам всіх держав мої щирі вітання. Вітання від Ісламу, що завжди з нами, і хай буде Вам мир, благословення і милість Божа.»

Дещо відходячи від традиційного зачину будь-якої офіційної промови, далі Мухаммад Мурсі має на меті взаємодіяти вже безпосередньо з аудиторією, зберігаючи стиль дискурсу та поступово обрамляючи свою промову у релігійний контекст, виокремлення якого і буде ядром звернення президента. Таким чином забезпечено перехід від традиції до суті, що свідчить про вдале балансування на кількох смислових платформах водночас, а саме дотримання норми зачину у виступах на дипломатичній арені, повага до ісламу та натяк на подальший напрям виступу.

«إن كل مصري اليوم يشعر بثقة في النفس تضعه على أرضية حضارية و أخلاقية في أعلى مستوياته. »

«(Адже насправді) Кожен громадянин Єгипту сьогодні відчуває впевненість у собі, і це дає йому змогу твердо встати на цивілізаційний та культурний шлях, що не знають рівних собі.»

«إن الثورة المصرية التي أسست الشرعية التي أمثلها أمامكم اليوم لم تكن نتاجة لحظة أو أنتفاضة عابرة»

«(Адже насправді) Єгипетська революція, символом законних підвалин якої я сьогодні виступаю перед Вами, не була плодом миттєвого пориву чи миттєвого повстання.»

«إن أولى القضيية التي ينبغي أن يشترك العالم في بذل كل جهد ممكن لتصويتها على أسس العدالة و الكرامة هي القضية الفلسطينية»

«(Адже насправді) Першим питанням, навколо вирішення якого світ має об'єднатися якомога скоріше та з якомога більшою честю і справедливістю, є питання Палестини.»

Частка «إنّ», що означає «воістину», «адже насправді», використовується в арабській мові як інструмент наголошення уваги на дійсності факту і акцентує увагу на важливості думки, яка слідує за такою часткою. Мухаммад Мурсі не є єдиним арабським дипломатом, що залучає до тексту своїх промов цей прийом (вище наведено три приклади використання частки «إنّ» протягом трьох хвилин виступу), – такий стиль є характерним для арабських політичних діячів і зайвий раз свідчить про увагу, яку вони приділяють Аллаху, постійна присутність якого усвідомлюється і відображається в усіх аспектах життя арабського мусульманського суспільства, зокрема, політичного. На факт використання цієї частки варто звернути увагу також з огляду на її коранічне походження, що не передбачає її вільне

залучення до текстів, які не є релігійними. Тим не менш, «إنّ» є важливою складовою сучасного арабського дискурсу, в чому маємо змогу пересвідчитися при аналізі офіційно-ділових текстів.

«إن حضوري اليوم و حديثي إليكم يحمل معانٍ عديدة تتجلى في أنني أول رئيس مصري مدني منتخب، منتخب ديموقراطيا.»

«(Адже насправді) Мій приїзд та моє звернення до Вас мають на меті висвітлення низки факторів. Ці фактори полягають насамперед в тому, що я – перший обраний цивільним шляхом президент Єгипту, і обраний демократично.»

«فقد حققنا خطوات متلاحقة و فعالة في مسيرة البناء و النهضة ساعيا إلى ما يتطلع إليه شعب مصر لإقامة الدولة المصرية الحديثة، الدولة الوطنية الديموقراطية الدستورية القانونية، القانونية الحديثة»

«Ми разом зробили чимало дієвих кроків на шляху до пробудження та побудови нової системи, прагнучи того, чого хотів народ Єгипту, а саме утворення сучасної єгипетської держави, держави національної, демократичної, конституційної та такої, що стоятиме на засадах права, сучасного права.»

«و رغم جهاد هذا الشعب، و رغم جهاد هذا الشعب المتواصل و تبنيه لجميع الأساليب المشروعة للحصول على حقوقه و قبول ممثليه لقرارات الشرعية الدولية كأساس لحل كل مشاكله، رغم كل ذلك تظل الشرعية الدولية و القرارات الأممية مع كل أسف عاجزة حتى اليوم عن تحقيق آمال وتطلعات الشعب الفليسطيني»

«І не дивлячись на зусилля цього народу, не дивлячись на його постійні зусилля і додержання усіх норм закону задля отримання своїх законних прав та забезпечення того, аби його представники були допущені до прийняття рішень, що регулюють міжнародні питання і що могло б стати рішенням усіх проблем цього народу; не дивлячись на все це, міжнародне законодавство та рішення Генеральної Асамблеї, на превеликий жаль, все ще не виявляють спроможності до реалізації надій та прагнень народу Палестини.»

Повтор окремих елементів речення дзеркально відтворює ефект частки «إنّ» та акцентує увагу на визначеній мовцем думці. Незалежно від того, чим саме вмотивоване таке її застосування (хвилювання виступаючого, або ж свідомий намір), безперечним є те, що вона додає виступу емоційності і надає йому нетипового для офіційно-ділового стилю художнього забарвлення, що жодним чином не шкодить сприйняттю інформації.

«كما أننا ملتزمون بدعم مهمة السيد الأخضر الإبراهيمي المبعوث المشترك للأمم المتحدة و جامعة الدول العربية و باستكمال الجهد العالي لتوحيد صفوف المعارضة السورية و تشجيعها على طرح رؤية موحدة، تشجيع المعارضة على طرح رؤية موحدة و شاملة لعملية الانتقال الديموقراطي المنظم للسلطة بشكل يضمن حقوق جميع مكونات الشعب السوري و يحفظ لكل مكون مكانا أساسيا في سوريا الجديدة، سوريا الجديدة بعد مصر الجديدة إن شا الله»

«Ми також всебічно гарантуємо підтримку пану Лахдару Брахімі, спеціальному посланнику ООН та Ліги Арабських Держав, в його високій місії з об'єднання розрізнених рядів сирійської опозиції та наставлення їх на об'єднаний шлях, на шлях, що забезпечить демократичну передачу влади, яка здійснюватиметься з урахуванням усіх прав сирійського народу і де кожний демократичний елемент матиме власне місце. Це буде у вже новій Сирії, а нова Сирія буде після нового Єгипту, якщо Аллах благословить.»

Довгі речення з перманентними вкрапленнями у вигляді пауз, які надають більшої ваги його словам, слугують для Мухаммада Мурсі пов'язуючим інструментом; іншими словами, думку, з якої починалося речення, він пов'язує з думкою, що слідує за першою, вибудовуючи таким чином багатокомплексне речення, що закінчується словами «إن شا الله» *(«якщо Аллах благословить», «якщо буде на те воля Аллаха»*). На відміну від вищезгаданого «إن» *(«адже насправді»*), чи ж від бісміля («باسم الله الرحمن الرحيم»), якими зазвичай починаються речення, «إن شا الله» покликане поставити ефектну стилістичну крапку і є характерним стилістичним прийомом, як бачимо, не тільки у розмовній арабській мові, а й в офіційно-діловому стилі.

Взагалі ж повтори в офіційно-діловому мовленні часто кваліфікують як «ключові слова» («كلمات المفاتيح») і використовуються вони низкою політичних діячів різного спрямування, будь то нинішній президент Туреччини Реджеп Тайїп Ердоган («إن تركيا قوية في عدواتها كما هي قوية في صداقها», що означає *«Туреччина сильна як ворог і сильна як друг»*) чи ж Абд аль-'Азіз ар-Рантісі («هذا هو الطريق», що означає *«ось він – правильний шлях»* – слова, що їх часто повторював ар-Рантісі з метою їхнього перетворення на символ боротьби) [4, с. 18].

Розглянемо роль художніх засобів у смислопобудові промови цього політика:

«و مما لا شك فيه أن أبسط مراجعة لمسيرة هذه العلاقات الدولية ستظهر مقدار الظلم الواقع على قارة إفريقيا»

«Безсумнівним є те, що за найменшого аналізу цих зносин стане очевидним ступінь пітьми, що охопив африканський континент.»

«إن علينا اليوم كأفارقة أن نحقق في قارتنا مجموعة من أهداف طموحة التي تثبت أقدام أبناء القارة على طريق التنمية المستدامة»

«Як представники африканської спільноти, задля добробуту нашого континенту зараз ми маємо досягти цілої низки амбітних цілей що дозволять синам нашого континенту впевненіше стати на шлях постійного розвитку.»

«و يجب علينا و نحن مجتمعون في هذا المحفل الدولي أن نتدارس كيف نستطيع جميعا أن نحمي العالم من زعزعة أمنه و استقراره»

«В рамках міжнародного зібрання ми з Вами маємо розібратись, яким чином захистити світ від підриву підвалин його безпеки та стабільності.»

Виділені у різних фрагментах виступу метафори мають на меті посилити враження від проблематики, а саме від теми ісламофобії у світі. Ще в часи Османської імперії цей синтаксичний прийом активно застосовувався у політичному дискурсі, зокрема, тоді, коли існування Османської імперії поступово добігало кінця (друга половина XIX ст. – перша половина XX ст.), і коли на арені Арабського світу став активно використовуватися вираз «الرجل المريض» *(«хвора людина», «квола людина»)* на позначення слабкості держави османів, який ще досі продовжує асоціюватися з періодом занепаду цієї держави (варто зауважити, що словосполучення покликане дати характеристику саме Османській імперії, а не будь-якій окремо взятій державі). Ще одним прикладом такої метафори слугує словосполучення «غصن الزيتون» *(«оливкова гілка»)*, що символізує мир та перемогу [4, с. 23-25]. І якщо метафоричні сполуки на зразок «مقدار الظلم الواقع» та «زعزعة الأمن» *(«ступінь охоплюючої пітьми»* та *«підрив безпеки»* відповідно) є звичнішими та вживанішими в арабському політичному дискурсі, то вираз «تثبت أقدام أبناء القارة» (досл. *«стабілізує стояння синів континенту»*) є особистим прийомом Мухаммада Мурсі, його індивідуально-авторською метафорою, що лише підтверджує тезу про важливість цього риторичного засобу в дипломатичному тексті.

На завершення своєї промови політик знов звертається до теми Бога, надаючи своєму виступу кільцевої структури:

«لبقتسم يف لمآ لك و لمآ انلك و ىري و عمسي مللا و اعيمج مكركشأ .ريخلا لك مل وجرأ يذلا مإلا علاطلا اذهل لضفأ مكيلع مالسلا و مت اكرب و مللا ةمحر و.»

«Аллах бачить і чує, що в кожного з нас є надія, і що ця надія про краще майбутнє для цього світу, якого я від всього серця бажаю. Я дякую всім Вам, і хай буде з Вами мир, благословіння і милість Божа.»

Отже виступ закінчується нагадуванням того, що Аллах невпинно спостерігає за всім, що відбувається на Землі, і що йому відомо про благі людські наміри щодо досягнення кращого світу для всіх, хто в цьому світі живе. Врешті, слова «السلام عليكم و رحمة الله و بركاته»», якими починалася промова, закривають її, символізуючи силу та розважливість Божу та вкотре нагадуючи про релігійну складову арабськомовного дискурсу загалом та його офіційно-ділового виміру зокрема.

Звернімо увагу на різницю між усною передачею дипломатичного тексту та письмовою. Ця різниця є суттєвою, адже усний формат передбачає володіння словом та голосом і вимагає значного рівня самоконтролю як такого. Комплекс рішень, які доповідач має приймати щосекунди, виражається у перманентних поглядах на публіку або ж повній відсутності зорової взаємодії з нею, швидкості виголошення, гучності голосу та виразі обличчя – все це є безпосередніми складовими процесу, що, безсумнівно, роблять цей вид дипломатичного дискурсу одним із найскладніших у практиці дипломата сьогодення [3, с. 3], адже кожен рух та кожне слово спрямовані виключно на те, аби спровокувати емоційний або ж раціональний зсув слухачів в потрібний бік та словом змусити їх перейти до діла [5, с. 310].

Елементи дипломатичного дискурсу, що являють собою наріжний камінь дипломатичних текстів, сприймаються в різній формі і відбувається це залежно від форми викладення матеріалу. В той час як при виголошенні текстів вголос простіше робити смисловий акцент вдаючись до пауз та зміни інтонації, тексти, викладені виключно на папері, мають на меті ознайомити з функціональною складовою, проте вони демонструють не меншу концентрацію уваги на емоційній складовій процесу.

Розглянемо уривки тексту договору між Королівством Бахрейн та Султанатом Оман про співпрацю у дипломатичній та консульській сферах, підписаного 2000 року та ратифікованого 2008 року [7]:

«إن حكومة دولة البحرين و حكومة سلطنة عمان، إدراكا منهما للروابط التاريخية العميقة و العلاقات الأخوية الوثيقة التي تربط بين بلديهما و شعبيهما الشقيقين و بناء على توجهات صاحب السمو الشيخ حمد بن عيسي آل الخليفة أمير دولة البحرين و صاحب الجلالة السلطان قابوس بن سعيد سلطان عمان بتعزيز العلاقات الثنائية بين البلدين في كافة الميادين و توطيد التعاون بينهما في المجالين الدبلوماسي و القنصلي تمشيا مع ميثاق مجلس التعاون لدول الخليج العربية، و في إطار اتفاقية فيينا العلاقات الدبلوماسية لعام 1691م و اتفاقية فيينا للعلاقات القنصلية لعام 3691م و مع مراعاة القوانين و الأنظمة المعمول بها في كلا البلدين، فقد اتفق البلدان على ما يلي:...»

«(Адже насправді) держава Бахрейн та держава Оман, цілком усвідомлюючи глибокі історичні зв'язки та братські довірчі зносини, що пов'язують ці дві країни та їхні (два) братські народи, і ґрунтуючись на зусиллях Його Високості Шейха Хамда ібн Іса аль-Халіфа, еміра Бахрейну, та Його Величності Кабуса ібн Саїда аль-Саїда, Султана Оману, зі зміцнення двосторонніх відносин між (двома) країнами в усіх площинах та укріплення співпраці у дипломатичній та кон-

сульській сферах згідно з договором Ради Співпраці Держав Перської Затоки, а також в рамках Віденської конвенції про дипломатичні зносини 1961 року і Віденської конвенції про консульські зносини 1963 року та за дотримання обома сторонами усіх діючих норм та правил, (обидві) держави згоджуються на наступне:…»

Текст договору знов-таки починається часткою «إن», що вочевидь покликане надати угоді характеру більшої реальності та невідворотності та спричинити той самий ефект, який ми спостерігали, аналізуючи тексти промов Мухаммада Мурсі. Проте, на відміну від декларативної складової текстів дипломатичних промов, декларативна складова текстів політичних та дипломатичних угод виражається скоріш сильним описовим конструктом із залученням метафор та підсилюючих повторів. Якщо повернутися до тексту промови президента Мурсі, побачимо, що його повтори носять характер сполучної ланки між двома частинами речення, тоді як у тексті договору між Бахрейном та Оманом акцент робиться на характері зносин між двома державами. Більше того, арабська граматична традиція передбачає факт підкреслення двоїни (додавання кількісного закінчення «ان»/«ين», займенникового закінчення «هما» і числівника «كلا» («*обидва*»)), і в тексті документа чимала увага приділяється зносинам саме між цими двома державами, що з раціональної точки зору само по собі випливало б із тексту договору навіть у випадку відсутності цього закінчення. Тобто, в самій лише преамбулі сім разів вказується на двосторонній характер угоди із залученням граматичного функціоналу арабської мови.

Якщо ж звернути увагу на опис зносин між Бахрейном і Кувейтом, зауважуємо, що на перші двадцять чотири слова тексту припадає п'ять прикметників, які мають близьке за семантикою значення та спрямовані на підкреслення характеру «дружності» відносин. Словосполучення «الروابط التاريخية العميقة» *(«глибокі історичні зв'язки»)* та «العلاقات الأخوية الوثيقة» (*«братські довірчі зносини»*) вказують на сильний партнерський підтекст, відносно якого працює та ж теза, що може бути використана у контексті деколи надмірного використання двоїни – очевидно, що у випадку коли між країнами не мало б місце взаєморозуміння у низці площин, договір про співпрацю у площинах дипломатичній та консульській не був би можливим. В такому разі, подібний стиль викладення буде доречним інтерпретувати менталітетом носіїв арабської мови, адже арабська традиція передбачає яскравий опис усієї гами оточуючого середовища та розлогу форму подачі інформації загалом. Крім того, у вищезазначеному уривку договору можемо спостерігати так званий знахідний відмінок способу дії, коли іменник ставиться у форму знахідного відмінку аби змістити синтаксичні акценти у реченні. Слова «إدراكا» (*«розуміючи»*) та «تمشيا» (досл. *«йдучи разом»*), так само, як форма двоїни, є прикладами застосування цього типового граматико-стилістичного прийому і виступають тут у ролі урізноманітнюючого елемента, що змінює сприйняття сенсу речення. З огляду на відносну частоту використання такої специфічної моделі, можна констатувати схильність дипломатів арабського світу до залучення подібних форм при підготовці текстів дипломатичних договорів.

Іншим важливим чинником при побудові тексту договору є довжина речення. Цей фактор доповнює вже згадані особливості і є цінним в контексті дотримання традиції структуризації арабського речення, а саме в уникненні надмірних пауз чи то у випадку усних декларацій, чи то письмових. Найбільш очевидним чином важливість сполучника «و» виявляється із статистичного погляду, адже на 119 слів преамбули договору між Бахрейном і Оманом 11 припадають саме на «13,09%) «و»). Така схильність до подовження речення шляхом одноманітного використання одного слова є характерною для арабської мови як такої і дає розуміння важливості дотримання цієї мовної норми, особливо в разі, коли йдеться про питання формування підходів до організації текстів офіційних документів.

Зрештою, звернімо увагу на частку «فقد») «قد»), до якої вдаються з метою наголошення на характері реалізації дії. Не дивлячись на те, що її застосування в офіційно-ділових документах є загалом менш частотним, ніж деяких вже проаналізованих елементів, частка «قد» фактично дублює роль вже знайомого нам «إن» та виступає в ролі додаткового знаку оклику над певною дією.

«المادة الأولى:

يهدف البلدان بتوقيعهما على هذه الاتفاقية إلى تعزيز التعاون و التنسيق بينهما في المسائل المشتركة التي تجمع بين قطري الأدهاف عم مجسني و قطري البلدين، و بما يخدم التعاون الدبلوماسي و القنصلي في جميع المجالات»

«Пункт перший:

Своїм підписанням цього договору країни прагнуть до поглиблення співпраці та спільної координації між собою, що відповідає спільним цілям та направлене на багаторівневу співпрацю у дипломатичній та консульській площинах.»

Багатокомпонентність дипломатичного дискурсу є свідченням використання великої кількості мовних інструментів, що мають на меті надати тексту відповідного стилістичного забарвлення. В цьому контексті варто відмітити, що невід'ємною складовою мистецтва дипломатії є риторика. Суть риторики полягає у дослідженні майстерності у красномовстві, аналізі світогляду, виокремленні складових ораторського впливу на публіку. Власне, одним зі стовпів цієї дисципліни є поняття *вибору* («اختيار»), що полягає у процесі відбору найбільш прийнятних слів та понять з-поміж десятків варіантів синонімів [4, с. 23–25]. Залежно від вміння та намірів автора насиченість синонімічного ряду може різнитися; якщо ж розглянути перший пункт договору між Бахрейном та Оманом в рамках співпраці у дипломатичній і консульській сферах, констатуємо значний ухил в бік використання різних синонімічних сполук; зокрема дієслова «بتفق مع», «بنسجم مع» (досл. *«узгоджуватися з»* та *«гармоніювати з»* відповідно) позначають однаковий процес, але жодним чином не впливають на складніше сприйняття інформації. Співставляючи ж перший пункт договору з його преамбулою (сенс майже повністю дублюється), можемо пересвідчитися у наявності широкого кола мовних засобів та комунікативних важелів, покликаних керувати тоном тексту та його посилом. Зокрема, на перший план виходять витонченість та масштабність арабської мови як організму, де одне слово може мати до десятка невідповідних одне одному значень, але у разі пошуку синонімічного ряду друге слово з подібним діапазоном значеннєвих характеристик може бути використане з метою трансляції тієї ж думки і водночас абсолютно не зашкодити когерентності тексту. В цьому випадку маємо три окремі групи слів: «ميادين» – «مجالات» – «تعزيز», «توطيد» та «– اتفق» انسجم»». Пара «تعزيز» – «توطيد» є абсолютно синонімічною, оскільки першочерговим значенням обох цих слів є «укріплення», «посилення», проте пари «انسجم» – «اتفق» та «ميادين» – «مجالات» були винайдені штучним шляхом, адже, наприклад, дієслова «اتفق» та «انسجم» мають різні первинні значення, а саме «бути згіднім з» та «бути гармонійним з». Що стосується пари «ميادين» – «مجالات», вона теж скоріш наслідує синонімію, адже окремо слова мають значення *«сфери»* та *«арени»* відповідно. Тобто, в цих двох сполуках синонімічний ряд утворився не з номінальних підстав (словникове значення слова), а з підстав контекстуальних (вплив контексту на надання слову потрібного забарвлення).

Висновки. Отже, в результаті аналізу деяких лексико-граматичних та лінгвопрагматичних особливостей, які віддзеркалюють комунікативні тактики, використовувані в процесі формування арабських офіційно-ділових текстів, нам вдалося виявити низку факторів, що мають системоутворюючий характер як для офіційно-ділового стилю загалом, так і для дипломатичного підстилю арабської мови зокрема.

Виходячи з декларативного різновиду тексту (усний чи письмовий), можемо констатувати, що на перший план виходить емоційна складова, що включає в себе взаємодію з аудиторією (можливе хвилювання, тон, гучність голосу, зоровий контакт). Водночас, письмові тексти набувають більш офіційного характеру і більшою мірою спрямовані на використання сталих сполук. Така стилістична особливість спричиняє більш помітну різницю між двома типами текстів з точки зору лексико-граматичних засобів, які використовуються для їх створення. Проте, з огляду на те, що семантичний екстремум арабського дипломатичного письмового тексту базується скоріш на граматичній складовій, а усний текст того ж типу має на меті емоційний вплив на отримувачів інформації, заслуговує на увагу елемент, що є спільним знаменником для обох типів викладу, а саме метафоризація дискурсу. Як усне, так і письмове арабське офіційно-ділове мовлення характеризується значним впливом факторів, що визначають арабську мову загалом, першим і головним з яких є схильність до яскравого опису навколишнього середовища і акцентування уваги на повазі до Бога, колег і ділових партнерів. Таким чином, арабське офіційно-ділове мовлення, хоч і має ряд притаманних саме цьому стилю особливостей, все ж функціонує на основі багатовікової тяглої традиції арабської мови, розвиток та еволюція якої яскраво відбиваються навіть на таких специфічних мовленнєвих творах, як арабські тексти дипломатичного спрямування.

Список літератури:

1. Богомолов О. В. Імена революції. Дискурс Арабської весни. Київ: Видавничий Дмитра Бураго, 2018. 380 с.
2. Музаннар Л. М. Арабськомовний політичний дискурс: характерні риси та специфіка. Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Філологія», вип. 2(70), червень, 2018 p. С. 151-155.
3. أحمد الهشامي، جواحر البلاغة.بيروت: مؤسسة الأعلمي المطبوعات، 7102. 982 ص.
4. حسن منديل حسن العكيلي. اللغة الدبلوماسية و مهارات الكتابة و اللغة. بغداد: كلية التربية للبنات، 4102. 78 ص.
5. عماد عبد اللطيف. استراتيجيات لإقناع و تأثير في الخطاب السياسي. القاهرة: الهيئة العامة للكتابة، 2102. 013 ص.
6. دصر | قمكك يسرم امأ ةيعمجلا ةماعلا لدلل ةمئاقلا حتفت // URL: https://www.youtube.com/watch?v=aSC6Jr7Hbbo (дата звернення: 18.09.2023)
7. مرسوم رقم (97) لسنة 8002 بالتصديق على اتفاقية التعاون الدبلوماسي و القنصلي بين مملكة البحرين و سلطنة عمان و مذكرتها التنفيذية // URL: https://www.legalaffairs.gov.bh/HTM/D7908.htm (дата звернення: 18.09.2023)

Moskalenko K. V. TACTICS OF ARABIC DIPLOMATIC TEXT CONSTRUCTION

In the context of modern military and political realities and the special attention paid to the geopolitical dimension, methods of communication of representatives of states that determine the international position of native countries and partner countries come to the fore. Challenges faced by diplomats are related, in particular, to the need to be clear and concise, because the success of communication depends on this.

The article examines some language and speech tools that are used in the Arabic official-business style and are important components of the communicative strategies of the political construct, which requires a detailed linguistic-pragmatic analysis. An analysis of a number of Arabic official and business texts was carried out in view of the mechanisms of their formation, in particular, the context of writing or pronunciation of such texts, the purpose of creation and the characteristics of existing linguistic and stylistic features.

In the process of work, a number of research methods were used, namely the continuous sampling method (selecting texts to be analyzed), descriptive method (organization, interpretation and classification of linguistic phenomena), comparative method (systematic comparison of similar semantic units and finding common and different elements), inductive (analysis from specific to general) and deductive (analysis from general to specific) methods.

According to the results of the research, some linguopragmatic tendencies and lexical-grammatical features of compiling Arabic official business texts were revealed. The significant importance of the personality of the author of the official business text and the type of presentation of information (written or oral) is outlined. Regardless of the purpose of the Arabic official-business text, a number of linguistic means and rhetorical techniques of a religious nature remain constant. This component can be artificially strengthened as the main idea of the text is presented, or remain at the level of moderate use. In addition, the role played by the mentality of the representatives of the Arab world in terms of their special attitude to their own language, which is directly reflected both in the stylistics of the text and in the frequency of reference to specific grammatical structures of the Arabic language, is investigated.

Key words: *Arabic, diplomatic discourse, official-business, linguistic-pragmatic, stylistics.*

ЗАГАЛЬНЕ МОВОЗНАВСТВО

UDC 81
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/19

Aliyeva G. M.
Baku Slavic University

ON THE ISSUE OF RHETORICAL FIGURES IN COGNITIVE LINGUISTICS

Although there is a fairly extensive field of study of metaphor in the world, the very fact of constant reference to this topic is proof of its inexhaustibility. On the other hand, despite the abundance of works devoted to the problem of metaphors, they have not fully disclosed all aspects of this problem. For example, there are no studies of historical changes in the structure and use of metaphorical expressions. At the present stage, the cognitive direction of Azerbaijani linguistics has significant differences both from the studies of the Russian and American schools of cognitive linguistics (from where it originated and formed) and from European works. The reasons for the differences and the essence of the direction are that local linguists, not having sufficient knowledge about the cognitive capabilities of the word, often either incorrectly represent the essence of the cognitive direction, especially the cognitive capabilities of metaphors, or apply the analysis given in foreign studies that we have listed to the same metaphors in the Azerbaijani language.

When considering the context of the expansion of the linguistic meaning, the metaphor performs, on the one hand, the function of a conceptual source, or rather a means of the language process, development. On the other hand, the metaphor was an extremely strikingly relevant entity for creating a broad scientific and experimental base for learning, a scientific approach that is in the process of becoming through the accumulation of theoretical and experimental forces. The cognitive-semiotic approach to the transformation of the first and second levels of the meaning of a metaphorical utterance in the presented structure shows the metaphor quite "transparent", this is due to the fact that all the ways of its subsequent interpretation are differentiated within the framework of a particular culture that is under the control of the bearer of this culture, and the metaphorical means is used by the bearer of culture to implement its communicative act. In this case, the metaphor forces a person to give a certain assessment of his role and place in the environment.

Key words: *metaphor, cognitive linguistics, communicative act, culture, rhetorical figures, interpretation.*

The problem statement. Thousands of rhetorical techniques called rhetorical figures were developed in ancient times. Ancient theorists included all rhetorical means in scientific textbooks. In particular, Heinrich Lausberg in his book "Handbook of Literary Rhetoric" gave metaphors a separate place.

Rhetorical means allow you to effectively and convincingly present the content of speech and, therefore, have a strong influence on the listener.

This usually requires more than one word, since this effect is achieved by creating phrases. In addition, although rhetorical figures are closely related to poetry, the reality is different. Consequently, the means of artistic expression or image are combinations created by our language memory, regardless of our desires and desires. And this requires a cognitive approach, and not the usual one.

In the modern era, the universals of culture and language have generated new factors in the context of human development; language factors are of particular importance in this context.

The purpose of the work is to examine rhetorical figures and show them in the context of cognitive linguistics

The main problem. The cognitive view of language has a huge advantage, which means the initiative to retreat from the positivist description of "atomicity" and "physicalism" and to find an important social and communicative determinized structure. Kh.Gadamer writes: "In science, it is the limit of objectification in the essence of the thought (judgment) and the veracity of the discourse. We can see this limit in bringing together the results of cognitive

and semiotic studies in creating their optimal methodological basis in a productive way, in the fact that in the framework of the structure itself, the subjective particles, grains of space are located in the structure, either always participating in them, or eventually dissolving and disappearing in the space of individual misunderstanding" [1, p. 91].

Cognitive linguistics and semiotics at the beginning of the XXI century a) the essence of science in the cognitive period; b) the essence of science in orientation and interpretation; c) the brightly expressed essence of science for the purpose of functionalism and expropriation. The goal of modern linguistics is "anthroprojection", or rather, an in-depth study of the issue in which understanding "man in culture" passes through language.

If in cognitivistics the main key term in the creation of the theory of explanation is interpretation, then in the space of semiotic perception, the first predominance of understanding in a specific material and linguistic reality is absolutely legitimate in the light of the main goals of philological germeneutics.

Cognitive linguistics was formed in the 60–70s of the XX century as a reaction to other flows in linguistics. The development of cognitive linguistics is closely related to the emergence and activity of interdisciplinary cognitive science, which deals with general and special issues of cognition. Under this concept is understood the area of cognitive science focused on the description and explanation of mental processes and language structures. The focus of cognitive linguistics is the study of the interaction between the representation and processing of language knowledge.

The main problems of cognitive linguistics include: features of categorization in natural languages, the relationship between language and thinking (i.e., the use of language reflects the interpretation of the world by the speaker, and this interpretation is limited to words and grammatical constructions at the disposal of the speaker), the boundary space between syntax and semantics – since the meaning is not only lexical units, but also grammatical forms and word order are protruding. Cognitive linguistics is a field of research that deals with the study of language as an integral part of cognition, based on a mental basis.

Thus, language is understood as human consciousness as a cognitive system integrated into a specific achievement and a general theory of cognition. Language is described as a cognitive system on an abstract level, as a mental phenomenon of patterns standing alone.

Semantics plays an important role in the research of cognitive linguistics and is considered in it as a leading force in the functioning of language. To do this, the language by its nature becomes not completely ordered, it is extremely difficult to describe it as some kind of formal system.

Metaphors are the means of artistic description that we use in our speech both in fiction and in everyday life. The language in which metaphors are often used is called figurative language. Metaphors serve to make the language clear, beautiful and expressive, and are a phenomenon closely related to the semantics of the word. The phenomenon of metaphorization arises on the basis of the principle of ambiguity and arises as its consequence. And the presence of this quality allows you to use the word as an expressive and descriptive means. This also happens, first of all, as a result of the metaphorization of words in the text, which depart from their nominative meanings and acquire new meanings in the context. The emergence of a metaphor is associated with the need for imagery of the utterance. There are various sections in the literature on the types of metaphor.

There are many examples of unique metaphors in our rich literature. "Koroghlu", one of the precious pearls of Azerbaijani literature, contains such metaphors as "The Egyptian sword strikes the air", "What does a lion and a fox care", etc. Azerbaijani love poems, couplets and poems are rich in such metaphors:

*Ağ xələt bürünər, zərnişan geyməz, \\ Heç kəsi dindirib keyfinə dəyməz, *

Sərdara söz deməz, şaha baş əyməz, \\ Qüdrətdən səngərli, qalalı dağlar. (A. Alasgar)

Dağların qarı söküldü,\\ Axdı, çaylara töküldü,

Abbas deyər, bel büküldü,\\ Qədd kaman oldu, gəlmədi. (Ashig Abbas Tufarganli)

*Duman gəl-get bu dağlardan, \\ Bahar gəldi, qar əylənməz *

Bu dünya bir bivəfadı, \\ Gözəldə ilqar, əylənməz. (Ashig Abbas Tufarganli)

Bahr nəfəsiylə çöllər güləndə, // Xoş ilham almağa Tircana gəlin (Aşıq Yanvar)

Qış keçər, yaz qabaqdadı, // Sevgi ilə naz qabaqdadı, // Sədəfli saz ayaqdadı,// Darıxma, qardaş, darıxma. (Ashig Yanvar)

In the verses we have presented, the authors have increased the vitality of the artistic image, tableau or scenery through metaphor. This is one of the most important stylistic devices in love poems. Because ashig's poems are mainly meant to be played on the instrument, and at this time ashig wants to direct the listener's attention to the text he is playing. It is at this time that the metaphorical presentation of the image or object presented becomes very important.

The same ideas can be said for Turkish love poems. Starting from the 14th century, until today, Turkish lovers who created various examples of ashiq poetry were able to express all the subtleties and beauties of the Turkish language in their works. Meanwhile, they were able to create a rich metaphorical system:

*Sazı çala çala ihtiyar oldum \\ Eller yorulur da teller yorulmaz *

*Cefa çeke çeke artık yoruldum \\ Kullar yorulur da yollar yorulmaz. *

*Kerem Aslı'sına yanmış kül olmuş \\ Ferhat Şirin için dağa yol kurmuş *

Mecnun, Leylasına çölde yorulmuş\\Mecnunlar yorulur da çöller yorulmaz (Ozan Chelebi);

*Ərbabi-cəhalət ordu misalı, \\ Varır bir hücumla elmin üstünə. *

Qələm, nə dursan, qeyd et bu halı, \\ Palçıq çəkənlər var günün üstünə.

*Dövrü-zəmanədə bax, noldu işlər, \\ Ayaqdan dönmədir indiki başlar, *

Cahil fürsət tapdı kamili daşlar,\\ Bilməm nə deyim mən bunun üstünə.

*Hiyləgər qazancı haramda gördü, \\ Oyunlar çevirdi, vurğunlar vurdu, *

*Sərvətlər topladı, varlığa ərdi, \\ Siyasət yapanlar dinin üstünə. *

*... Miskiniyəm, kimə yazsam ərzihal, \\ İstədiyim günlər hey oldu xəyal, *

Zindana çevrildi nurlu istiqbal, \\ Gəlindi aqibət sonun üstünə (Ashig Sadig Miskin).

Over time, metaphors borrowed from the popular language of lovers or invented by them themselves, petrified in the language and acquired a common form. For example: a cowardly person can be called a hare, a cunning one – a fox, reading a lot of books – a bookworm, a lover – a nightingale. Metaphors can arise based on similarities such as color, shape and appearance, action, state, function and usage. The metaphorical use of words also affects their lexical meanings, giving words a new connotative connotation. Metonymy is a word of Greek origin "metonymy", which means "name change". In the literal sense, metonymy, which has the meaning of a repeated name, is the transfer of the name of one object to another. Instead of a direct reference to an object, other words related to that object are sometimes used, that is, metonymies. It is based on the obvious connection between the dictionary and contextual meanings of the word. Metonymy does not arise on the basis of analogy, but on the basis of comparing two different objects with one. Whether synecdoche is a kind of metonymy in linguistics is one of the controversial issues.

Metonymies, which occupy a special place in the system of metaphors, are one of the means of description, which are also used in ashig poetry. It is a fact that metonymy is very limited in the language of classical ashig poetry compared to metaphors and is not as rich as it is in terms of species diversity [3, p. 232].

One of the means of image, which is also sometimes found in the works of ashig Shamshir, is metonymy:

*Köz kimi qızarıb dağlarda lalə, \\ Çağırır nərgizli yaylaqlar səni. *

Taxtadüz *haçandır göz dikib yola, * İstisu *üstündə qonaqlar səni* [Ashig Shamshir].

Metonymies here have specific features that are distinguished by location. Ashig further enhanced the poetism of the poem with metonymy created in the last verses. The expression "lay eyes on the road" in the example is metonymy with respect to space. Ashig created beautiful metonymies to embody the hospitality of people living in Takhtaduz; Istisu (Istisu spring), Takhtaduz (spring).

While some linguists consider synecdoche as a form of metaphor in isolation, others think that synecdoche itself is a form of metonymy. Synecdoche is the transfer of one object over another object on a quantitative basis. That is, for synecdoche, the transfer of part of the object is characteristic. An example of synecdoche is shown in a verse from the poem of our great poet M.A.Sabir.

Tacirlərimiz sonyalara *bənd olacaqmış, \\ Bədbəxt* tükəzbanları *neylərdin, ilahi?!* (V.Sultanli)

In addition to being referents themselves, metonymies serve to make the expression more laconic. Although there is an associative connection between lexical expressions and their essence, there is no direct connection. The emergence of metonymies can be influenced by social and cultural characteristics. The idea that metonymies have a cognitive function was first proposed in Lacof and Johnson's theory of "conceptual metonymy" in the 1980s. In addition to being a rhetorical tool, metonymy plays an important role in understanding the essence of the statement. In particular, city, country names, personal names, body members can act in the role of metonymy. "*Moscow and Washington will hold talks on this problem*" in the sentence, Moscow and Washington mean that the governments of that country will negotiate. Thus, the names of cities create associations with the leaders of the country [2, p. 12].

Metaphors are one of the most widespread means of artistic representation in fiction. Ephitet in translation from Greek means "extra". The type of metaphor used to describe a person, thing, or place more forcefully, effectively is called an epithet or artistic designation:

Qılman *tamaşalım,* loğman *kamallım,*\\ Züleyxa *eşqlim, Yusif* camal*lım.*\\

Məcnunu mən olan Leyli xəyallım \\ *Artır intizarım, görünmür niyə?* (Ashig Shamshir)

In the given example, it is described with such metaphors as «qılman tamaşalı», «loğman kamallı», «Züleyxa eşqli», «Yusif camallı», «Leyli xəyallı».

Or: *Siyah telə verdin sığal,*\\ *Mələk misal, a* mah camal.\\

Oğrun-oğrun baxan maral*,*\\ *Çox gəlirsən xoşa, Nərgiz* (Ashig Shamshir).

Interesting metaphors such as «siyah tel», «mələk misal», «mah camal» have a strong influence in the paragraph from Garayli. In other words, "...metaphors that have been used for centuries, passed from one writer to another, from one work to another, are also found".

The main goal in developing metaphors is to further revive and strengthen the idea [4, p. 148]. In all periods, lovers and folk poets have used metaphors to present the appearance and many qualities of the beauty they describe in a more prominent and emotional way. Ashig Shamshir also widely used metaphors with high form beauty in his poems:

Bəxtəvərin nə qaradır qaşları,\\ Hüsnü qəşəng güldür*,* dodağı göyçək.\\ *Təhri*-yasəməndir o yanaqları*,*\\ *Nə qəşəng yaranıb buxağı göyçək* (Ashig Shamshir).

The artist has created metaphors here with great skill. «Hüsnü qəşəng güldür», «Təhri-yasəməndir o yanaqları». He likened the face of the woman he praised to roses and her cheeks to lilacs, and by turning real human beauty into artistic beauty, he gave beauty an artistic life. Let's look at another interesting example:

Yanağın bağlarda gül*, xalam qızı!* \\ *Qamətin sərvdir, boyun minarə,* \\ *Çin-çin olub, düzülübdür qatara,* \\ Tökülüb üzünə tel, xalam qızı*!* (Ashig Shamshir)

Three metaphors are used in this example. Shamshir compared the cheeks of the beauty to roses, her stature to a cypress, and her neck to a minaret. It should be noted that all three metaphors come from classical literature and the artist presented them in a new way in his own way. Ashiq very skillfully used metaphors as a type of metaphor.

Conclusion. Words with figurative meaning are part of the conceptual system of language. For this reason, sometimes the metaphors and phraseology given in the text have no equivalent in another language. There are some metaphors that have already been molded into a phrase. These expressions are also called terminological phraseology.

Phraseological combinations are stable word combinations, so all words lose their original meaning and express one meaning as a whole.

Figurative words express an abstract meaning and have a complex semantic structure, which distinguishes them from other combinations. Therefore, psycholinguists believe that understanding idiomatic expressions is sometimes difficult. The advances made in cognitive sciences, the cognitive approach have made valuable contributions to the understanding of the essence of figurative words and abstract ideas in the text.

Bibliography:

1. Gadamer, X.O. Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneufek, Tübingen 3. Aufl., 1972, 91 p .
2. Lakoff, G & Johnson. The Contemporary Theory of Metaphor, ‹‹Cambridge University Press››, 1992, 46 p.
3. Məmmədov, Z. Klassik aşıq poeziyasının leksiksemantik xüsusiyyətləri. Bakı: Avropa, 2006, 307 s.
4. Rəfili, M. Ədəbiyyat nəzəriyyəsinə giriş. Bakı: APİ, 1958, 282 s.
5. Günay, U. Âşık Tarzı Edebiyat Hakkında Düşünceler, Mehmet Kaplan İçin, Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara: 1996.
6. Tanpınar, A. H. Edebiyat üzerine makaleler (7. Basım). İstanbul: Dergâh Yayınları, 2005.

Алієва Г. М. ДО ПИТАННЯ РИТОРИЧНИХ ФІГУР У КОГНІТИВНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Хоча в світі склалася досить велика область вивчення метафори, сам факт постійного звернення до цієї теми є доказом її невичерпності. З іншого боку, незважаючи на велику кількість робіт, присвячених проблемі метафор, вони до кінця не розкрили всіх аспектів цієї проблеми. Наприклад, немає досліджень історичних змін у структурі та використанні метафоричних виразів. На сучасному етапі когнітивний напрямок азербайджанського мовознавства має суттєві відмінності як від досліджень російської та американської школи когнітивного мовознавства (звідки воно виникло і сформувалося), так і від європейських робіт. Причини відмінностей і суть напрямку полягає в тому, що місцеві лінгвісти, не володіючи достатніми знаннями про пізнавальні можливості слова, часто або невірно представляють сутність пізнавального напрямку, особливо пізнавальні можливості метафор, або застосовують аналіз, наведений в зарубіжних дослідженнях, які ми перерахували, до таких же метафор в Азербайджанській мові.

При розгляді контексту розширення мовного сенсу метафора виконує, з одного боку, функцію понятійного джерела, а точніше засоби мовного процесу, розвитку. З іншого боку, метафора була надзвичайно разюче актуальною сутністю для створення широкої науково-експериментальної бази експериментального навчання, наукового підходу, який знаходиться в процесі становлення шляхом накопичення теоретико-експериментальних сил. Когнітивно-семіотичний підхід при перетворенні першого і другого рівнів значення метафоричного висловлювання в представленій структурі показує метафору досить «прозорою», це пов'язано з тим, що всі способи її подальшої інтерпретації диференціюються в рамках тієї чи іншої культури, яка знаходиться під контролем носія даної культури, а метафоричний засіб використовується носієм культури для здійснення свого комунікативного акту. У цьому випадку метафора змушує людину дати певну оцінку своїй ролі та місцю в навколишньому середовищі.

Ключові слова: *метафора, когнітивна лінгвістика, комунікативний акт, культура, риторичні постаті, інтерпретація.*

UDC 81
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/20

Akhundova K. B.
Baku Slavic University

TEXT AS A LINGUISTIC OBJECT AND THE PRODUCT OF SPEECH COMMUNITY

In linguistic research proper, communication is as if taken out of brackets, the text in this case appears as a kind of linguistic superunit. As a means of communication the text is characterized by functional and stylistic properties. Style is a relevant feature of any objectively given specific text. As a means of communication, the text must have such features as integrity, coherence. Without these features, communication could not be carried out, and the text could not be the object of study of linguistics.

The problem of means of connection between sentences occupies a special place in the doctrine of the semantic structure of the text and makes it necessary to develop new criteria of approach to the analysis of the structure of the sentence and its role in the composition of a complex syntactic whole. Here the decisive meaning is acquired by the correlation of structures of the united sentences, it expresses the specificity of the connection between the sentences. For syntax, first of all, structural, grammatical, grammatical means of combining sentences into a micro-text, means of combining micro-texts into even larger speech segments – fragments, chapters, parts, complete verbal works – are important.

The language has developed a broad understanding of the text. Scientific views of different scientists-researchers reveals the degree of study of the text. From the works of scientists-researchers I. A. Figurovsky, O. I. Moskalskaya, N. S. Pospelov, A. A. Potebnya, L. A. Bulakhovsky, L. M. Loseva, G. O. Vinokur, M. A. Karpenko, A. I. Mamalyga, I. R. Galperin, S. G. Ilyenko, K. Boost, Z. Harris, P. Hartman and others, who prove that the text is primarily a product of speech communication. And the linguistic organization of a text is a categorical feature that allows us to distinguish a text from a simple collection of linguistic units.

Key words: *text, structure, communication, speech, linguistics.*

Introduction. A wide understanding of the text has been formed in the language. Scientific views of different scientists-researchers reveals the degree of text study. From the works of research scientists I. A. Figurovsky, O. I. Moskalskaya, N. S. Pospelov, A. A. Potebnya, L. A. Bulakhovsky, L. M. Loseva, G. O. Vinokur, M. A. Karpenko, A. I. Mamalyga, I. R. Galperin, S. G. Ilyenko, K. Boost, Z. Harris, P. Hartman and others, who prove that the text is primarily a product of speech communication. And the linguistic organization of a text is a categorical feature that allows us to distinguish a text from a simple collection of linguistic units.

The text has an extremely complex multi-aspect and multi-level structure. Therefore, it is natural that the text is studied from different points of view. Accordingly, the literature devoted to the linguistic study of the text is characterized by extreme diversity. "Under the text is understood not just a sequence of some units, for example, sentences, from which the text is built. An obligatory attribute of the text is the organization of these units" [4, p. 135].

The text is a sequence of statements forming a closed communicative system. A sentence consists of words, and a text consists of sentences. Text models include the following levels of text organization: 1) inducement (stimulus); 2) general semantic image; 3) internal prostrate lexico-grammatical design scheme; and 4) external temporal realization.

The purpose of the article is to analyze the text as linguistic object. And the linguistic organization of a text is a categorical feature that allows us to distinguish a text from a simple collection of linguistic units.

The main problem. In the linguistic literature the notions of "connection" and "relation" of a text are not principally differentiated. They are comprehended as correlated interconnected notions. Since the components of syntactic units are with each other in certain semantic connections – syntactic relations, which are formally revealed, objectified by syntactic connection. Therefore, formal, structural relations between the components of syntactic units, revealing semantic connections, and syntactic relations expressed by means of language, constitute the initial and fundamental concepts of text syntax. Syntactic relations represent functional and semantic dependence, interdependence of elements of speech postroen. Since the relations are aimed at uniting the ele-

ments in the whole. And connections are the arising under the influence of system relations – coupling, joining of elements. The connection between the elements of sentences or between the composition of the first sentence and the element of the second sentence in the text, testifies that certain components of the first sentence are subject to consideration in the second.

One of the fundamental features of the text is cohesion, the forms of which manifestation are diverse (logical, psychological, lexical, figurative, syntactic). There is a distinction between local and global cohesion. Local cohesion is understood as the cohesion of linear sequences in the text, global cohesion is "that which provides the unity of the text as a whole, its internal integrity" [3, p. 122]. The most important in the text is the semantic connection between the parts, which is provided by a variety of semantic relations between the components of the text. Global semantic connection and unity of the image determine the integrity of the text, i.e. its internal integrity, unity, indivisibility. Text cohesion is considered in terms of lexical and grammatical relations, there is also a number of studies devoted to the so-called communicative interphrase relations.

Text as a hierarchical system of three units: sentence – complex syntactic whole – text. The text has different structures, consisting of a number of predicative units, which are in contact and distance relations. The unity and integrity of functioning of predicative units in the text have not absolute, but relative character, because the text consists of a large number of its constituent elements. In the grammatical tradition the predicative unit is considered as the basis for the formation of a sentence. Consequently, the predicative unit serves as the basis for the formation of any message. Predicative unit functioning in free sentences is the main basis for the construction of any text. The text is a whole complex of interconnected and interacting predicative units united by a certain structure.

The connection between predicative units in a text can be contact and distant depending on the semantics of the text, on the composition of the messages that are revealed in it. The absence of common parts does not mean the absence of links between predicative units in the text. This connection is very often expressed in terms of semantic meaning and use of various grammatical and extra-grammatical means of connection between separate predicative units. In any text as a polypredicative unit it is possible to trace a single semantic axis linking all predicative units in one whole. The presence in the text of all necessary means of connection between predicative units, their interaction provides the fulfilment of communicative task in connected speech.

In coherent speech, not only conjunctions of sentences, but also sentences separated by other sentences are connected with each other. The connection of the first kind is called contact, the second – distant, direct and mediated. The real meaning of each sentence is revealed only in the context. For example: The coachman Jonah Potapov is white as a ghost. He bent, as far as possible to bend a living body, sits on the wheelbarrow and will not move. If a whole snowdrift had fallen on him, even then, it seems, he would not have found it necessary to shake off the snow.... His horse is also white and motionless. With its immobility, angularity of forms and stick-like straightness of legs it even close up looks like a penny gingerbread horse. She is probably immersed in thought (A. P. Chekhov).

The linguistic approach to the text is aimed at identifying the typical structure in general of any text, its linguistic, structural and compositional design. The text in this respect is characterized by the following main features: 1) semantic autonomy (the meaning of the text is its content side); 2) linguistic, structural, compositional and stylistic design; 3) communicative orientation of the text, i.e. its correspondence to the goals, conditions and addressee, which define this text. In the text as language means are used: conjunctions, repetition of words (repetition of word combinations, repetition of conjunctions and particles), pronoun-adverbial words. The connection in the text is realized with the help of the conjunctive union and, the indicative particles here, here, here, here, a group of adverbs of pronoun origin. The pronoun-adverbial words unite parts of the text and are divided into: 1) pronoun-adverbial words, which etymologically go back to pronouns, but have lost word-formative links with this class.

These include: then, always, here, there, there, here, so, somewhere, somehow, etc. 2) pronoun-adverbial words that retain semantic and word-formation relations with the corresponding pronoun words. These include: from what, why, therefore, then, because, why, then, now, today, now, etc. For example: This is the eternal truth, illuminated by the blood of Shehids: Karabakh is Azerbaijan! Because the sons of our people gave their lives for the glory of the Fatherland. Because they fell in the glory of the triumph of religious beliefs; Because they laid down their heads for the sake of the highest ideas and thoughts. Heroes do not die. You will always live in the hearts of this nation. Our nation is proud of you! Azerbaijani people will not forget you. You deserve eternal glory, sons of Azerbaijan! Eternal memory and low bow to You, Shehids! Heavenly kingdom, glorious memory to the Heroes! Rest in peace! (From newspapers)

In addition to textual categories (coherence, narrative, continuum) the text includes all other means of communication – inversion, ellipsis, anaphora, epiphora, parabola, comparison, parcellation, incompleteness of parts, multiple conjunction, syntactic paralelism, rhythmic organisation, stylistic expressiveness, cohesion, chiasmus, beginning, period, paragraph, topical partitioning – theme-rematical relation. Without communicative act there is no text, and without text there cannot be an act of linguistic communication. There are two components of topical membership: theme and rhema: the initial communicative part of the sentence, containing the subject of the message, what is reported, is called the theme. The main communicative part of the message, containing what is reported about the subject, is called the rhema. And each statement introduces in the text some rhema, which in the aggregate suppresses the thematic information. In case of sufficiently long linear thematic progression, the actual information is contained only in the rhema of the statement, which closes the text fragment. Both the rhema and the topic of the statement participate in the construction of the text.

The theme fulfils text-binding and text-formative functions, and the rhema – text-developing and text-developing functions. Inversion – This is a stylistic device that consists in changing the usual order of words, which leads to semantic and emotional emphasis of a certain part of the statement. Constructions with inversion of elements are accompanied by emphatic intonation. Inversion also acts as a text-forming factor.

Thus, the relation between the topic and the rheme includes two content processes: the generation of the rheme on the basis of the topic (topic rhematisation) and the transformation of the rheme of the previous communicative unit into the topic of the following one (rhematisation). In their totality, both processes form the theme/rheme interchanges.

At consideration of interphrase connections researchers have paid attention to their contact and distant character, but, naturally, at objective revealing of the form of offers, taking into account intra-phrase and superphrase its borders, significant divergences between interphrase contact and distant connections and corresponding kinds of connection between offers are found out. Thus, the contact connection of sentences can be observed in a phrase, on the border of the superphrase unity, in the form of which the sentence is expressed, at the same time the connection between two adjacent phrases can be distant. Thus, under the contact connection of sentences we understand the connection of sentences which are directly next to each other. In the same cases, when related sentences are separated by other sentences, it is necessary to mark the disjoint connection. This is a common connection in speech posts. It makes it possible after the development of one semantic line of the sentence to return to the development of another, in those cases when it is necessary to achieve greater detail, completeness in the disclosure of this or that topic.

As it is known, means of chain connection in the text are repetitions of elements of the previous sentence, use of synonyms to these elements, indicative-substitutive words, generic concepts. However it is not difficult to notice that any correctly organised text is a semantic and structural unity, the parts of which are closely interconnected both semantically and syntactically [7, p. 19].

The components of the text can be linked unilaterally or sequentially. It also describes the style of the text – monologue and dialogue, rhetorical question (an emotional statement in the form of a question, the answer to which has already been formulated. Rhetorical question is used to attract attention, to increase the emotionality of the statement). Rhetorical question as an element of the text – an emotional statement in the form of a question, the answer to which has already been formulated. A rhetorical question unobtrusively leads the audience to the necessary conclusion.

Under the direct connection we understand a direct connection between two sentences. The indirect connection is an indirect connection arising between sentences as a result of successive connection of pairs of sentences that are in direct connection. The unity of the composition of sentences, thus, is determined not only by the indirect connection, but also by the length of indirect connections. Text fragment: In the text the main role belongs to lexical-syntactic repetitions, providing semantic unity of the text unit. In this case on lexical repetition is given an example, where the word "language" fulfilling its function, is repeated in syntactic meaning. For example: "Language is a great, unlimited element, regular as life itself. Language is the totality of speech. Language – thousands of designations. Language – people, language – style – everyday, solemn, official, book, school, soldier, diplomatic. Language – all-covering concept, language – nature, elements, music. Language – a number of conventional technical designations. Language – a system standing on the edge of thinking, and at times going beyond this boundary. Language is a mobile great means, connecting, associating millions of denotations, representations, meanings. Language is a struggle and symbiosis of

classes, races, nations, tribes, corporations, sects, individuals – normal, abnormal, healthy. Language is an infinite wealth of rhythms, meanings, colours, intonations, textures, up to the difference of individual voices of each person. Language is a magnificent creative organism". (V. Vishnevsky. Our Language)

In addition to the above-mentioned means of connection, there are also those that are used between the parts of a complex sentence. These include words with temporal and spatial, subject and procedural meanings. They fulfil the same syntactic function within the text. The lower boundary of the text is one sentence, the upper boundary is an indefinite number of sentences. The specificity of all these units of speech consists in their structural and relative semantic completeness. The pronouns, which are characterised by specific semantic and stylistic functions in the organisation of speech, are also used as means of text communication. Some of them link only contact sentences, others can refer to a large part of the text, link a number of sentences with a common meaning. Separately formed sentences in the flow of speech can be connected by the same service words as parts of complex sentences, although their functions are different.

Between the sentences of the text there are relations determined by the tasks of communication, i.e. semantic connection. This connection is revealed thanks to lexico-grammatical means expressing it. As not all words can be combined into one sentence, so not all sentences can be combined into one coherent text. For example, sentences Stranger side – dremuch boron. Alien side lives on the nahvahalom, and our haikoyu stands. Stranger side without wind dries, without winter chills. A foreign country is unyielding – it will add to your mind, but it will also add to your grief. A stranger's side will teach you grief. On the foreign side and spring is not red; On the praised foreign land there are no relatives, but on the native side the heart sings (V. Dahl. The Explanatory Dictionary of the Living Great Russian Language) – it is impossible to unite them in the text. They are heterogeneous and cannot be united by any relations.

Under the direct connection we understand a direct connection between two sentences. The indirect connection is an indirect connection that arises between sentences as a result of the successive connection of pairs of sentences that are in direct connection. The unity of the composition of sentences, thus, is determined not only by the direct connection, but also by the length of the indirect connection. For example: The youngest, the largest and the most popular after the second Karabakh war newly restored district of Azerbaijan is Khojaly. Every day old residents – families are sent there. And for new residents in Khojaly, which continues to be built, and already today all necessary cultural and living conditions are created – shops and cafes, nurseries and kindergartens, schools, restaurants, sports grounds, various enterprises of consumer services. This year there are created squares, flower beds, children's playgrounds ... (From newspapers).

Conclusion. Syntactic relations represent functional and meaningful dependence, interdependence of elements of speech post-roen. Since the relations are aimed at uniting the elements into a whole. And relations are arising under the influence of system relations coupling, joining of elements. The connection between the elements of sentences or between the composition of the first sentence and the element of the second sentence in the text, testifies that certain components of the first sentence are subject to consideration in the second. The cohesion of text components is achieved by lexical, semantic, morphological, syntactic and stylistic means. This is the main feature of the text. Components of the text can be connected bilaterally – with the preceding phrase (regressively) and with the following one (progresively), as well as unilaterally or sequentially.

Of course, the more complex the text, the more complex and diverse its structure. However, there is a common pattern for all texts. The sentences of any text, as a rule, are grouped, united thematically. These groups of independently formed sentences are characterised by certain lexico-grammatical and rhythmic-melodic features and represent a special kind of syntactic units of the text – complex syntactic whole and paragraph.

Bibliography:

1. Abdullayev K.M. Actual partitioning of a sentence in the Azerbaijani language // Baku: Soviet Turkology, № 1, pp. 61–75, 1983.

2. Ahmadov G.M. Sketches of history of schools and pedagogical thought in Azerbaijan. Baku, 1990.

3. Babayev S.M. To the question of the functional aspect of prosody of the text //Actual problems of studying the syntax of the modern Russian language. Baku, 1990, 148 p.

4. Hamidov I.G. Some features of linguo-cognitive system in the speeches of the President of the Azerbaijan Republic H.A. Aliyev. // Heydar Aliyev and Russian culture. Baku, 1998.

5. Російська мова та сучасність: Суспільні функції, розвиток, вивчення та викладання / За ред. М.А. Карпенко та К. Бутке. К.: Вища школа, 1989, 205 с.

6. Мамалига А.І. Структура газетного тексту. К.: Вища школа, 1983, 137 с.

Ахундова К. Б. ТЕКСТ ЯК ЛІНГВІСТИЧНИЙ ОБ'ЄКТ І ПРОДУКТ МОВНОЇ СПІЛЬНОТИ

У власне лінгвістичних дослідженнях комунікація як би виноситься за дужки, текст в даному випадку постає як свого роду лінгвістична сверхединиця. Як засіб комунікації текст характеризується функціональними і стилістичними властивостями. Стиль-це важлива характеристика будь-якого об'єктивно заданого конкретного тексту. Як засіб комунікації, текст повинен володіти такими характеристиками, як цілісність, зв'язність. Без цих особливостей комунікація не могла б здійснюватися, і текст не міг би бути об'єктом вивчення лінгвістики.

Проблема засобів зв'язку між пропозиціями займає особливе місце в навчанні про семантичну структуру тексту і обумовлює необхідність розробки нових критеріїв підходу до аналізу структури пропозиції і його ролі в складі складного синтаксичного цілого. Тут вирішальне значення набуває співвідношення структур об'єднаних пропозицій, воно виражає специфіку зв'язку між пропозиціями. Для синтаксису важливі, перш за все, структурні, граматичні засоби об'єднання пропозицій в мікротекст, засоби об'єднання мікротекстів в ще більші мовні сегменти – фрагменти, глави, частини, закінчені словесні твори.

Мова розвинула широке розуміння тексту. Наукові погляди різних вчених-дослідників розкривають ступінь вивченості тексту. З робіт вчених-дослідників І.А. Фігуровського, О. І. Москальської, А. А. Потебні, Г. О. Винокура, М. А. Карпенко, А. І. Мамалиги, І. Р. Гальперіна, С. Г. Іллєнка, К. Буста, З. Харріса, П. Хартмана та інших, які доводять, що текст є насамперед продуктом мовне спілкування. А лінгвістична організація тексту-це категорична ознака, яка дозволяє нам відрізнити текст від простого набору мовних одиниць.

Ключові слова: *текст, структура, комунікація, мова, лінгвістика.*

UDC 811.111
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/21

Gojayeva M. A.
Azerbaijan University of Languages

CONTEXTUAL PRAGMATIC ANALYSIS OF AMBIGUITY

Polysemantic situations that arise during a speech act (written or spoken) are called ambiguity in linguistics. Since the middle of the last century, ambiguity has been on the agenda as a language universal, being investigated at all – phonetic, lexical and grammatical levels of languages with different systems. According to N. Chomsky's theories of surface-structure and deep-structure, the structural-semantic composition of the sentence (phrase) is formed in the deep-structure and becomes a communication model with phonetic sounding in the surface-structure. In the deep-structure of some sentences, depending on their syntactic formation or on some other reasons, the surface structure is understood in more than one meaning, causing ambiguity. The basis of ambiguity originates in the lower layer, which is considered the base for the upper layer of the sentence. However, when the utterance is included in the speech act, in the surface-structure ambiguous situations cause obstacles for focusing on the main content of the context. Currently, in connection with the extensive study of textual linguistics, the issue of ambiguity is being studied at the contextual pragmatic level. It is known that pragmatics studies the meaning expressed by language signs contextually in the speech act. Since the ambiguity arises from two different meanings of the language unit that can arise within the context, it is more correct to study the logically ambiguous situations in a pragmatic direction. Because ambiguity emerges purely as a language-speech fact. Therefore, both identifying ambiguity and neutralizing it are issues that can be resolved within the text. In ambiguous situations, the sign system of the language is broken, because one lexeme or utterance can represent more than one object and event. This leads to confusion and cognitively incorrect decoding of the current context. For this reason, pragmatic analysis of ambiguous situations is appropriate.

Key words: *ambiguity, surface structure, deep structure, pragmatics, contextual analysis, speech act, locutionary act, cognition.*

Introduction. Ambiguity is widely investigated as a language phenomenon. M. Awwad wrote with reference to D. Atlas: *"Ambiguity is derived from 'ambiagotatem' in Latin which combined ' ambi' and ' ago' each word meaning ' around' or 'by', and thus the concept of ambiguity is hesitation, doubt, or uncertainty and that concept associated the term 'ambiguous' from the first usage until the most recent linguistic definition* [1, p. 195]. Ambiguity is sometimes difficult to distinguish from homonymy. Based on the research, we can note that it is impossible to identify ambivalence and homonymy, nor to distinguish between them by drawing a line of demarcation. It should be noted that polysemy or homonymy of the word is valued as a historical category in the language, and their establishment in the language is a phenomenon that originates from the language's evolutionary process. Thus, the meaning of the word is expanded and a multi-meaning word is created by transferring the meaning of the word to other objects and events through real and metaphorical means due to functional and external similarity. Also, homonymous words derive from words that are adapted to the language from time to time depending on the development of the economic, cultural and scientific thinking of the society.

The phenomenon of ambiguity arising from syntactic structure was first analyzed by N. Chomsky in his work "Syntactic Structures" (1957) by applying transformation methods at the scientific level and proved its derivation mechanism in language. The scientist's new method of generative transformation made it possible to **further expand research in this field,** to find out the reason and source of other ambiguous phenomena arising in syntactic constructions. The role of S. Ullmann, J. Lyons, P. Conway, G. N. Leech, D. A. Crystal, D. A. Cruse, G. Yule, W. L. Chafe S. Greenbaum, R. Quirk, D. D. Oaks, J. K. Ward and others in researching the phenomenon of ambiguity and studying it pragmatically can be specially mentioned.

In nowadays linguistics polysemantic situations are interpreted on contexts which are called pragmatic analysis of language phenomenon. *"Charles H. Morris first defined pragmatics with the intention of distinguishing pragmatics from syntax and semantics in his work Foundations of the Theory of signs. As Geoffrey Leech stated in 1974, pragmatics is the*

study of how utterances have different meanings in different situations. On account of this, people usually relate pragmatics to ambiguity. Pragmatics deals with specific utterances in specific contexts…" [2].

However, the resulting ambiguity, regardless of its type, appears as a product of the speech act, therefore, the ambiguity of a syntactic unit is not a historical category, it manifests pragmatically as a contextual phenomenon. *"Aristotle considers that"* writes M. Awwad, *"ambiguity arises because the number of items that form vocabulary of any human language is much smaller than the number of realities that the vocabulary items are supposed to depict to make human language meaningful and functional"* [1, p. 196].

Any kind of ambiguity does not exist in language like lexical homonyms, they arise depending on the context in which they appear. Although the multiple meaning of a syntactic unit with the same lexical composition gives it the "status of homonymy", the ambiguity is temporal for that utterance, and ambiguity can be neutralized as an obstacle with pragmatic-contextual analysis. Since the persistence of ambiguity in language is pragmatically dependent on the determination of the dominant meaning in the context, ambiguity cannot be differentiated and persist in language. It can arise for various reasons because it arises spontaneously only during the speech act (written or spoken).

The main source of ambiguity can be a pragmatic misunderstanding of the meaning of any paronymous word according to the context, or the parallel dominance of two different meanings of a lexical homonymous word within a sentence, as well as structural homonymy that can change between the constituent components of the sentence and result in updating the semantics of the sentence. In other words, ambiguity can be generated at both word and sentence levels. It is important to note that ambiguity, being a pragmatically context-dependent phenomenon, creates diversity of opinion and prevents a complete, clear communication of the idea.

Our **main goal** in analyzing ambiguous situations pragmatically is to explain that the context has a unique position in determining the dominant meaning in polysemantic situations, regardless of the type of ambiguity.

The following **tasks** have been put forward for achieving the goal:

– Explain the main contents of ambiguity and give short information about the types of ambiguity;

– To note the similarities and differences between ambiguity and homonymy;

– To show that the transformational-generative grammatical method is of exceptional importance in the study of ambiguous situations;

– To interpret the role of the situation in the cognitive understanding of meaning in pragmatic ambiguous situations.

A methodological basis for the study of the pragmatic analysis of ambiguity.

Inductive, deductive, transformational, contextual analysis methods are used in the given article for pragmatic investigation of ambiguous situations.

Ambiguity as a language phenomenon. Starting from the 50s of the 20th century, the syntactic structure of the language was studied by L. Bloomfield's compositional analysis [3] and Z. Harris's transformation methods [4], but these theories were not sufficient to deeply investigate the structural-semantic features of the language, there is a need to develop more consistent and modern methods and concepts. However, N. Chomsky's universal transformational-generative grammatical concept was developed by the scientist with reference to the previous concepts. He wrote concerning with his new theory: *"From now on I will consider a language to be a set (finite or infinite) of sentences, each finite in length and constructed out of a finite set of elements. All natural languages in their spoken or written form are languages in this sense…."* [5, p. 30].

Analyzing the sentence based on completely new transformation methods, N. Chomsky showed that human speech consists of an infinite number of transformed sentences due to a small number of elements of the language. Acts of transformation occur between the lower and upper layer, and the lower layer plays the role of a base for the formation and realization of the upper layer. It is the study of ambiguity in language at the scientific level that is valued as an effective contribution of N. Chomsky to the science of linguistics.

N. Chomsky's other contribution to the science of linguistics was his analysis of the phenomenon of ambiguity arising in syntactic constructions in a scientifically justified way in deep and surface structures based on tree diagrams, and interpreting the phenomenon of structural homonymy due to the semantics arising from the renewal of the syntactic function of intra-sentence components.

Pragmatic analysis of ambiguity. Taking into account that the phenomenon of ambiguity arises only contextually and the dominant meaning is determined by textual dependence, the presented article analyzed the phenomenon of ambiguity from a pragmatic point of view and tried to interpret it on the

basis of examples selected from various sources. *"...pragmatics contrasts with semantics, the study of linguistic meaning, and is the study of how contextual factors interact with linguistic meaning in the interpretation of utterances"* [6].

As mentioned, the well-known types of ambiguities are phenomena that are manifested in dialogical or written speech, resulting in two different meanings depending on the context. Because the spoken or written utterance is understood by different people in different contexts, it is causing ambiguity of the same lexical or syntactic unit. It is important to have a clear, understandable situation for interpersonal communication to be sustainable.

Communication is a process that originates from the need of people to transmit information to each other. Natural language speakers share their ideas and exchange ideas using language tools. Pragmatics, as a field of linguistics, studies issues such as the act of live communication between people, the mechanism of its formation, and how contextually the meaning is expressed by means of language. G. Yule mentions four important issues studied by pragmatics: *"Pragmatics is the study of speaker meaning, is the study of contextual meaning, is the study of how more gets communicated than is said, is the study of expression of relative distance. These are the four areas that pragmatics is concerned with"* [7, p. 3]. Pragmatically, for the successful reception of communication, it is an important condition for the interlocutors to cognitively correctly perceive the current situation and the listener's response to it. Because pragmatics is a field of linguistics that contextually analyzes and studies how the ideas said (or written) by the speaker (or writer) are understood by the listener and reader, what impressions it creates in them, and what unsaid or assumed ideas are behind the said ideas. For the correct analysis of the pragmatically created context, the correct ordering of the locative, illocutionary and perlocutionary stages that serve to create the speech act, and the creation of a presupposition against the opinion expressed by the speaker are important facts.

Under these conditions, it is possible to have a successful and understandable exchange of ideas between the interlocutors. How meaning is expressed during communication is the main research object of pragmatics. The word pragmatics means "action" and as a field of science, pragmatics is related to semiotics. *"Pragmatics studies the meaning expressed by language units within specific situations"* [8, p. 12]. Pragmatically, it is an important condition for continuous reception of live communication, correct selection of syntactic constructions and clear expression in the speech act for full understanding of the idea. In other words, in N. Chomsky's concept, the idea of an ideal speaker and listener with language competence is an important factor in the pragmatic cognition of the context.

However, this is not always true, i.e., in the mind of the person who receives the transmitted information, not the intended target content of the information, but completely different information is decoded, so that this conceptual sphere does not form symmetry with the information in the perception of the information transmitter, and in this case, an ambiguous situation arises that causes disagreement. Such situations are unexpected, for example, homophones, homonyms, paronyms, or the variable syntactic function of the internal components of the syntactic construction, can arise spontaneously during the speech act due to metaphors.

But the controversial issue is that ambiguity can arise pragmatically due to the perception of context in different environments without any source to generate it, that is, existing text, dialogue, etc. By being perceived by the speaker and the listener in a different context, it creates a pragmatic ambiguous situation, which is termed pragmatic ambiguity. Events unfolding in the current context can be pragmatically focused in more than one sense according to the intention of the speaking and listening parties.

Ambiguity is a situation created in the process of speech (written or oral) in which the meaning expressed by any syntactic construction in the context – phrase or sentence can be understood in more than one context and this situation is unexpected, that is, the ambiguous context created for the parties transmitting and receiving the information is not a premeditated goal. Because the fact that two different meanings within a text dominate at the same time and give it both in-context and alternatively out-of-context meaning arises from decoding the situation in a pragmatic cognitive sense in a binary form. In this case, the ambiguity arises spontaneously, without serving any purpose, under the conditions allowed by the components within the text, it becomes an obstacle to understanding the content of the given text as intended, it is understood in completely different ways in the perception of the person who transmits the information and the person who receives it and processes it in his mind.

As a result, the content of the transmitted information is distorted and leads to disagreement. The two cognitively perceived different meanings occur in the context in which two separate individuals understand the pragmatically created context. The different

perception of the target information of the situation allows for the analysis of the meaning in more than one context by creating a difference of opinion. In addition to the known meaning of a language construction containing a superstructure, another meaning in its deep structure unexpectedly "appears" in the upper layer for various reasons, causing another meaning of the language unit to appear. Such a situation occurs when the known context is perceived in two different semantics: in the mind of the sender, in the primary sense, and in the perception of the recipient, in the derived sense.

Here, the outlook of the interlocutors, their approach to the issue, knowledge of language, and their ability to use it should be taken into account. Because cognition is individual, although language is a human trait, using it and using it is a personal quality. In other words, chess is a mundane game, but during the game, everyone exhibits their abilities and skills, their style of play.

Depending on the characteristic features of the language or syntactic units that cause ambiguity, different types of ambiguity are distinguished: phonetic, lexical, grammatical or syntactic ambiguity. Simply put, ambiguity is a phenomenon that arises spontaneously within the context itself. In an ambiguous situation, the information is decoded in a form according to the cognition of the person who receives it, which does not correspond to the content intended in the perception of the person who transmits the information. At the same time, *"Misunderstanding and miscommunication are rooted the cruical notion of ambiguity. Ambiguity is a widely dicussed concept in praqmatics"* [9, p. 193]. Because pragmatics examines meaning in the process of discourse, during live speech activity.

Pragmatic cognition of each person is realized on the basis of his own experience, evaluating the situation and analyzing it with the means of language. A person's thinking about the world and events occurring in objective reality are expressed by language structures, the language picture of the world in a person's mind is coded and decoded through language means. For example, the sentence *"I sent her photos taken in London"* can be analyzed in a dual sense due to the syntactic structure of the sentence itself, and the sentence can be understood in two different ways. Each pronoun in the sentence creates lexical-grammatical homonymy both in terms of meaning and syntactic function as personal and possessive pronouns. Accordingly, the sentence can be analyzed as follows: *1) I(NP)/sent(VP)/her(NP)/ photos taken in London(NP)// (I sent the photos taken in London to her); 2) I(NP)/sent(VP)/her photos(NP)/taken in London(NP)// (I sent someone her photos taken in London).* Therefore, the given sentence can be understood pragmatically in two meanings, and the dominant meaning is determined depending on the context.

From this point of view, the reasons for the emergence of contextually derived ambiguous cases are also investigated by pragmatic analysis, because pragmatics explains exactly semantics within the context. Since any kind of ambiguity is related to semantics, more specifically contextual semantics, the study of ambiguous cases is studied directly in relation to pragmatics.

As we mentioned, ambiguity is a purely contextual phenomenon. It arises from the understanding of the meaning of contextual components, such as homonym, homophone or paronym, in a binary form, as well as from the fact that the meaning of a syntactic construction can be understood with different semantics depending on its grammatical structure. For example, *She is looking for a match* [10]. The given sentence can be understood in different contexts due to the homonymy of the word *match. Match – matches – small sticks used for lighting;* by being used in the meanings of *soccer game* and *someone's lover who is suitable for him/her* enabling the dual meaning of the out-of-context sentence: *1) She is looking for a match; 2) She is looking for a suitable person to marry.* The second version of the sentence creates a metaphorical ambiguity because it is derived from the metaphor of the meaning of the word. Ambiguity can be neutralized by clarifying it with a small micro text: *"Why doesn't she have a family?" (or Why is she unmarried?) – She likes nobody, she is looking for a match.*

Pragmatically, ambiguity is caused by how the situation is perceived, analyzed by the listener or reader. The main source of this is homonymous or paronymous words used in selected syntactic constructions or the syntactic structure of the sentence itself. For example, let's have a look at such an elliptical sentence: *Mary cares the flowers more than her parents.* The grammatical structure of the given sentence allows it to be understood in two ways, the person reading the sentence can understand it in two different ways: *1) Mary cares the flowers more than her parents do (more than her parents care the flowers); 2) Mary cares the flowers more than she cares her parents (more than them).* Pragmatically the dominant meaning can be determined by the context.

There is also a debate among researchers that the meaning of any sentence in the context cannot necessarily be interpreted in more than two ways for the

emergence of pragmatic ambiguity. Pragmatic ambiguity is a situation arising from the perception of the current situation in a dual form. For example, Donnellan insists that *"The structural or semantic ambiguity of the sentence is not necessary for the emergence of pragmatic ambiguity, but the situation itself"* [11, p. 113]. But Kripke assumes that *"There must be a semantic or syntactic source in the context for the derivation of ambiguous conditions, and confirms the idea that pragmatic ambiguity originates from them"* [11, p. 113]. But pragmatically, ambiguity can also arise from a misunderstanding of the context or a variety of presuppositions. Therefore, from what has been said, it can be concluded that pragmatic ambiguity can be caused by the situation itself, that is, the speaking and listening parties can "comment" the situation in more than one sense. For example, consider the first dialogue:

1) A: – Her husband is kind to her.

B: – No, he isn't. The man you're referring isn't her husband.

In the second dialogue, the conversation has a completely different meaning:

2) A: – Her husband is kind to her.

B: – He is kind to her, but he isn't her husband [11, p. 112].

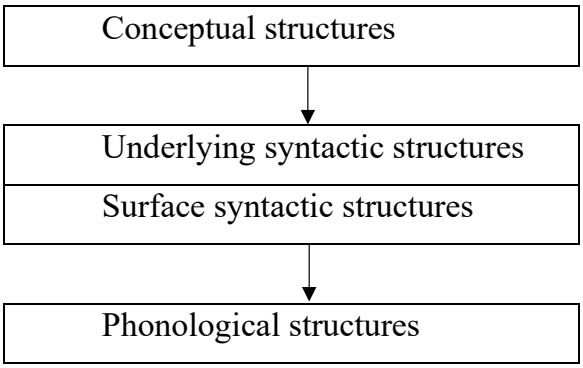
The third dialogue may contain:

3) A: – Her husband is kind to her

B: – Yes, he is kind, she is a lucky woman.

In the first and second dialogues, it is possible to perceive ambiguity in the content of the context, which is related to the pragmatic understanding of the expression *her husband* in a double form. The sentence *"He is not her husband"* gives rise to such a presupposition: *"If he is not her husband, then who is he?"* In the third dialogue, no circumstances allow the context to be accepted in a dual sense. Ambiguity in the given example occurs when the context is analyzed pragmatically in different environments, and the dialogue is understood based on the different presuppositions created by the participants. Regarding the expression of such contextual meanings, C. Lyons writes: *"What a person means by his utterance and what his utterance means, the latter being explicable ultimately in terms of the former"* [12, p. 608].

As it can be seen, when the sentences formed in the substructure are phonetically sounded in the superstructure and transmit the information to the other party, the utterance is ambiguous, depending on the recipient's way of thinking and in what sense he perceives the information. E. C. Traugott, who studies the syntactic structure of the English language from a historical point of view, writes in this regard: *" These patterns constitute, in the broadest terms, the conceptual structure, the patterns of sounds (phonology), which we use to express the conceptual structures, and the sentence structure (syntax) that forms a bridge between sound and conceptual structure. The intermediary role of syntax is particularly well illustrated by the way in which language allows for both ambiguity and paraphrase"* [13, p. 6]. The scientist who approaches the issue from this position shows the following levels of the syntactic structure of the language that are related to each other:



[13, p. 6]

From the diagram expressing N. Chomsky's transformational derivational grammatical concept, it is clear once again that the contextual meaning of the sentence is formed in such a substructure and presented due to the linear arrangement of phonemes in the superstructure. All the sentences used in the language are sentences derived from the transformation of the lower layer to the upper layer, and these sentences do not have an end. Ambiguous sentences also arise during these acts of transformation, and the enabling syntactic structure of the sentence allows its semantics to be understood in more than one sense. For example, the sentence *It is too hot to eat* [13, p. 6] can be interpreted in not two but three meanings, because all meanings express the facts in terms of objective reality: *1) The meal is too hot in temperature and it is impossible to eat it; 2) The meal is spicy hot for eating; 3) The weather is too hot to eat something.* The main source of ambiguity in the sentences is the polysemy of the phrase *to be hot*, which gives rise to different meanings of the sentence, which remains structurally stable. In such situations, the dominant meaning is pragmatically determined by context dependence. For example, such a context allows to eliminate the ambiguity of the sentence: *I don't like such spicy meals. It is too hot to eat* means *There is too much pepper in the meal, I can't eat such meals.* Pragmatically, the ambiguity of the sentence

was neutralized and contextually the dominant meaning was determined.

Conclusions. The main goal of the presented article is to pragmatically interpret the role of context in determining dominant meaning in ambiguous situations. In such situations where there is a spread of ideas and the content of information is distorted, the dominant meaning is solved by text dependence, allowing the thought to focus on the main target information. In this regard, it can be noted that in pragmatic ambiguous situations, consituation is an important factor in determining the dominant meaning. Any kind of ambiguity finds its solution in context, so any text is sufficient for concrete understanding of the main meaning of the polysemantic language unit.

Bibliography:

1. Mohammad Awwad. The Ambiguous Nature of Language. Pp. 195–207 www.ijsse.com/.... 2017 Vol. 7 Issue 4.
2. Weiwei Dai. A Tentative Approach to Ambiguity in English Sentence. www.scrip.org/journal.... September 2021.
3. L.Bloomfield. Language. London, 1933. 566 p. URL: www.philarchive.org/....
4. Z.Harris. Discourse Analysis. Language, 28. 1952. Pp. 1–30. URL: www.researchgate.net/....
5. Noam Chomsky. Syntactic Structures. Mouton de Gruyter. Second Edition. Berlin – New York, 2002. 134 p. URL: www.archive.org/...
6. Dan Sperber, Deirdre Wilson. Pragmatics. URL: www.researchgate.net/...
7. George Yule. Pragmatics. Oxford University Press. 2008, 137 p.
8. R.Quirk, S.Greenbaum, G.Leech, J.Svartvik. A Comprehensive Grammar of the English Language. Longman, London and New York, 1987, 1779 p.
9. Fabrizio Macagno, Sarah Bigi. Types of Dialogue and Pragmatic Ambiguity. March 2018, pp. 191–218.
10. Lexical Ambiguity Definition and Examples. URL: www.thoughtco.com/....
11. Cario Penco. Pragmatic Ambiguity and Kripke's dialogue against Donnellan. URL: www.researchgate.com/...
12. John Lyons. Semantics. Volume 2. Cambridge University Press, 1979. 897 p.
13. Elizabeth C.Traugott. The History of English Syntax. Stanford University. 1972, 232 p.

Годжаєва М. А. КОНТЕКСТНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ НЕОДНОЗНАЧНОСТІ

Полісемантичні ситуації, що виникають під час мовленнєвої дії (письмової чи усної), у лінгвістиці називають багатозначністю. З середини минулого століття багатозначність постала на порядку денному як мовна універсалія, досліджується на всіх – фонетичному, лексичному та граматичному рівнях мов з різними системами. Відповідно до теорій поверхневої та глибинної структур Н. Хомського, структурно-семантичний склад речення (фрази) формується в глибинній структурі і стає моделлю спілкування з фонетичним звучанням у поверхневій структурі. У глибинній структурі деяких речень, залежно від їх синтаксичного утворення чи з якихось інших причин, поверхнева структура розуміється в кількох значеннях, що спричиняє двозначність. Основа багатозначності бере початок у нижньому шарі, який вважається основою для верхнього шару речення. Однак, коли висловлювання включено в мовленнєвий акт, у поверхневій структурі неоднозначні ситуації створюють перешкоди для зосередження на основному змісті контексту. В даний час у зв'язку з широким дослідженням текстологічної лінгвістики питання багатозначності вивчається на контекстно-прагматичному рівні. Відомо, що прагматика вивчає значення, виражене мовними знаками контекстно в мовленнєвому акті. Оскільки багатозначність виникає внаслідок двох різних значень мовної одиниці, які можуть виникати в контексті, правильніше досліджувати логічно неоднозначні ситуації в прагматичному напрямку. Бо багатозначність постає суто як мовно-мовленнєвий факт. Тому як виявлення двозначності, так і її нейтралізація є проблемами, які можна вирішити в тексті. У неоднозначних ситуаціях знакова система мови порушується, тому що одна лексема або вислів може репрезентувати декілька предметів і подій. Це призводить до плутанини та когнітивно неправильного декодування поточного контексту. З цієї причини доречним є прагматичний аналіз неоднозначних ситуацій.

Ключові слова: *багатозначність, поверхнева структура, глибинна структура, прагматика, контекстний аналіз, мовленнєвий акт, локутивний акт, когніція.*

UDC 81
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/22

Huseynova S. F.
Azerbaijan University of Languages

GENERAL CHARACTERISTICS OF PHRASEOLOGICAL COMBINATIONS IN THE WORKS OF J. AUSTIN AND I. EFENDIEV

The article is devoted to the general characteristics of phraseological combinations in the works of J. Austin and I. Efendiev. During the analysis, the article analyzes the characteristic features of phraseological combinations in the context of multifaceted activities, including the features of their formation as a result of metaphorization, their evaluative aspects, their role as an indicator of the author's style and other features. The analysis highlighted and emphasized the universal aspects of phraseological combinations in the works of both authors.

Language units in speech perform multifaceted functions, thereby ensuring the integrity of speech. In this sense, the categorical study of the versatility of linguistic units of speech is one of the main tasks facing linguistics. One of these aspects is related to the volume of phraseological combinations in the author's language. Phraseological units are lexical units of each language; the fact that they have the semantics of synthesis manifests itself as a form of metaphor. Metaphor refers to that aspect of the possibilities of language, which is characterized both by the exact expression of an idea, and by its aesthetic beauty and the power of influencing people. In this context, the emergence of phraseological units as one of the multifaceted functions of linguistic units can be analyzed in the context of a more global approach to the problem.

In the works of J. Austin and I. Efendiev, the formation of phraseological units is formed in a similar way – mainly both metaphorically and metonymically. In their works, phraseological units are used in two forms – as phrases that exist in the author's language and in the language. The folk language is characterized by its own individual style, and the phrases used in communication differ from the author's phrases in the characteristics they have. In the works of J. Austin and I. Efendiyev, the development towards the loss of imagery in phraseological combinations in the vernacular language has a typological characteristic.

Key words: *phraseological combination, metaphorization, assessment, style, author.*

Introduction. Linguistic means act in different directions depending on the intellectual level of a person. As society develops, as the socio-political practice of mankind becomes richer, language also develops. In this aspect, linguistic units play an important role in two aspects in terms of imparting subtleties in the expression of thought. On the one hand, a person's need to optimally convey some idea or event to the other side, on the other hand, it is associated with the intellectual level of the individual in this process. The general level of knowledge of an individual and the choice of linguistic units based on them are so closely related that consistency between them ensures optimal speech; that is, the intellectual level as a whole is manifested at all levels: from knowledge of language to the production of information.

The global nature of the problem is that we rely on one of the functions within linguistic units. For example, in the phraseological aspect, globality can be characterized by the fact that linguistic units that serve to express an idea are associated with lexical and grammatical signs. Includes the processing and transmission of information in the human mind, from the nominative case. Linguistic units perform different functions in this process. Among them, special moments of transformation of lexical units into special linguistic units –phraseological combinations are highlighted. Recently, the development of both metaphor and phraseology has determined the phraseological aspect of metaphorization. That is, both linguistic and extralinguistic factors play an important role in the essence of the formation of phraseological unity in the multifaceted development of linguistic units. Linguists and cultural scientists believe that the formation of phraseological units is not only a linguistic phenomenon, but also a cultural phenomenon. It reflects the peculiarities in the aspect of psychology and the way of thinking of people. An explanation of the problem in the context of a metaphor can be justified by the content of associative connections that exist in metaphors in phraseological combinations.

The purpose of the work is to show how phraseological combinations exist as linguistic universals in the works of both authors.

The problem statment. Although there are some unclear points in the classification of metaphors in modern linguistics, in general, the general views coincide. Metaphors have attracted more attention, and its theoretical direction has been developed in theoretical linguistics. Phraseologization of linguistic units in the aspect of metaphorization is one of the important types of phraseological units formation; that is, other types of metaphors can play a role in the formation of phraseological combinations. Therefore, the sphere of activity of lexical units in the context of phraseological combinations and metaphors is a special research topic.

As you know, the theory of metaphor began to take shape in the second half of the last century, a relatively different approach to stylistic analysis was formed. This was due to the mechanism of the emergence of metaphors and their cognitive basis. As one of the main tasks of cognitive linguistics, the metaphorical basis of phraseological units enters the agenda of scientific research, which includes not only phraseological units existing in the language, but also phraseological units created by different authors. In particular, the study of the author's phraseology based on the works of literary thinkers belonging to different cultures is of great importance in the field of typological research.

Metaphors are based on the transfer between objects and events belonging to different semantic fields; such an illogical transfer leads to the formation of a new logical form of expression. In phraseology, the creation of a new expression as a result of semantic fusion also has a lexical essence, it lexically stands alongside nominative units; they are ready-made units of the language and have an open system; new ones are created and their composition is enriched.

"How was she to bear the change? – it was true that her friend was going only half a mile from them; but Emma was aware that great must be the difference between a Mrs. Weston, only half a mile from them, and a Miss Taylor in the house; and with all her advantages, natural and domestic, she was now in great danger of suffering from ***intellectual solitude*** [6].

"İntellectual solitude" – The phrase "intellectual loneliness" is based on a metaphorical association that removes loneliness from the concept of a person and connects it with the intellectual sphere. The phraseology of the case is such that this expression shows the characteristics of an individual sign carrier and conveys the meaning. So, phraseology expresses the nominative. Phraseological nominativity is a concept associated with the nominative properties of a phrase.

Let's see an example in Azerbaijani:

Qarı, – dedi, – deyirlər sən cinlərin, uğursuz ruhların dilini bilirsən. Sağalmaz dərdlərə dəva edirsən. Budur, mənim oğlum Məliktac ***od tutub yanır****. Məsum ruhlar onun huşunu oğurlayıb aparmışlar. Səndən əlac istəyirəm, qarı. Əgər onu sağaltsan, evinin dirəklərini qızıla tutduracağam. Əgər, xəyanət etsən, zəbanə çəkib yanacaqsan* [3, p. 45].

"*Od tutub yanır*" – This phrase is used in different situations in the Azerbaijani language. However, Maliktaj's "od tutub yanması" means a different situation; using the phrase in a new situation is its author's innovation. From a medical point of view, it does not "od tutub yanmır" and is caused by unsuccessful perfumes. So, the moment of a new development of this phrase means a very serious situation related to the struggle of spirits associated with Maliktaj. As can be seen from the facts, J. Austin's "intellectual loneliness" is an original expression characterized by phraseological innovation, whereas I. Efendiev's phraseological combination "od tutub yanmaq" is characterized by the use of the expression in a new situation. So, in both phraseological combinations, the author's innovation is manifested, but the characteristics of the innovation differ from each other.

Some of the metaphorical phraseological combinations in the works of J. Austin and I. Efendiyev are standardized phrases existing in the literary language. However, as we said above, there are peculiarities in the processing characteristics of those phraseological combinations:

Towards the close of the day we received the following Letter from Philippa.

"Sir Edward is greatly incensed by your abrupt departure; he has taken back Augusta to Bedfordshire. Much as I wish to enjoy again your charming society,

I cannot determine ***to snatch you from that****, of such dear and deserving Freinds – When your Visit to them is terminated, I trust you will return to the arms of your "Philippa"* [5].

"***To snatch you from tha"*** **–** to tear from it is used both in English and in Azerbaijani; typologically, their development situations are also similar. Separating someone from someone is used in situations that express both negative and positive semantics. It is known that "to snatch" is the carrier of the semantics of pulling and separating an object. But "separate from" is formed on the basis of metaphorical transfer as a metaphorical combination; the sign related to the subject was created by being transferred to people.

Among phraseologists, the special differentiation of phraseological units that are thematically associated with human organs under the name of somatic phraseological units is very important in terms of exploring a number of new features of phraseological units.

One of the main features of somatic metaphorical phraseological combinations is that people feel associative relations between themselves and the outside world and express it. Let's consider this type of phraseological combinations in the works of J. Austin and I. Efendiev:

"Mrs. Norris was often observing to the others that she could not get her poor ***sister and her family out of her head,*** *and that, much as they had all done for her, she seemed to be wanting to do more; and at length she could not but own it to be her wish that poor Mrs. Price should be relieved from the charge and expense of one child entirely out of her great number"* [5].

"Head" exists in our literary language both as a general word and as a biological term. In the facts concerning both English and Azerbaijani literary languages, this lexeme is used metaphorically and creates a phraseological combination: "sister and her family out of her head" – that she cannot get her sister and her family out of her head. The formed phrase is used in parallel with the semantics of the word "forget" in the Azerbaijani language. It is used at different times depending on the speech situation. Almost all languages of the world. All of them have phraseological combinations formed by the lexeme "head". With the help of lexemes, which are the bearers of the names of internal and external human organs, the types of association of these organs are distinguished. Metaphorically, these associations form the basis of idioms. Let's look at an example of the Azerbaijani language:

Bəyim özünəməxsus sadə, mehriban, şən bir dillə Protasovu zəiflikdə, "bir arvaddan ötrü ***başını itirmək*** *"təqsirləndirir, kişi gərək möhkəm olsun" deyirdi. O nə üçün belə deyirdi ? Nə işarə edirdi ? Humay isə, Bəyimin əksinə olaraq Protasovun arvadını təqsirləndirirdi. Bütün bu mühakimələr məni əsəbiləşdirirdi. Mənə elə gəlirdi ki, Humayla Bəyimin danışıqlarında, nə isə izzəti-nəfsimi yaralayan bir şey var idi* [3, p. 62].

"Başını itirmək" is a metaphorical phraseological combination, it means to be busy, to be excessively burdened. In general, the word "baş" has many meanings in the Azerbaijani language. Another example:

-Yəqin ki, yorulub əldən düşəndən sonra bir yerdə yıxılacaqdım...Canavar da buyurub arxayın-arxayın məni yeyəcəkdi... Daha bu barədə ***baş sındırmağa*** *dəyməz. Bir də siz hələ məni bir yana çıxarın,*

sonra öyünün...[3, p. 123].

"Baş sındırmaq" is a metaphorical phrase, the meaning of which is related to thinking too much. It is actively used in the Azerbaijani literary language and the national colloquial language.

Sometimes metaphorical phraseological combinations. It is also associated with the "beyin" component. Usually this is a more abstract associative relationship: *However little known the feelings or views of such a man may be on his first entering a neighbourhood, this truth is so well* ***fixed in the minds of the surrounding families****, that he is considered the rightful property of some one or other of their daughters* [4].

"Fixed in the minds of the surrounding families" phraseological combination "brain" is related to "mind", "consciousness". This phrase, which is related to the semantics of taking a place in consciousness, being identified, appeared relatively later compared to the associative relationship of external somatic lexemes. It can be assumed that the establishment of associations with the external organs of a person is older, based on that model, more abstract relations were established. In general, the formation of somatic phraseological units is very ancient, they become a metaphorical representative of the views of the people to which they belong.

Metaphors are evaluative; the author's attitude towards something constitutes the content of evaluation. There are various forms of author evaluation in J. Austin's work. Gay P. writes: "At the same time, the narrator himself reflects the author's assessment of reality more than any individual character. The emergence of a literary narrative is compared to the beginning of a certain power over the reader" [1, p. 10].

Phraseological combinations in J. Austin's work also express the semantics of evaluation. There is a common evaluative motif in her works: At the same time, the narrator's evaluative comments have a decisive influence on the reader's interpretation of the novel's narrative, which sometimes weakens the omnipresence and authoritarianism of the narrator, leaving the reader at the crossroads of conflicting interpretations. The evaluation of certain events or characters within a literary text is not always "bound" to certain linguistic means of expression or marked by certain speech or metalinguistic signals. In some cases, the text (discursive) evaluation may not be represented by the "good-bad", "important-unimportant" scale (although both axiological axes are extremely important for the text). Current linguistic literature reveals the following functional assessment load in the literary text: 1) expressive function expressing the author's opinion and reflecting his value system as a representative of a certain socio-cultural community; 2) interpersonal function that establishes and maintains a communicative relationship between the author and the reader; 3) textual function that organ-

izes the author's speech. Evaluation is less clearly expressed when an event or character is figuratively compared to another event or character by means of a modal expression, the pragmatic function of which is to emphasize the probability, desirability, or participation of a character in such an event. Evaluation can be hidden in the author's choice of lexical units, combinations or any contextual elements, but in phraseological combinations J. Austin places the evaluation in the spirit of metaphorical phraseological combinations; phraseological units become its carrier.

Metaphorical phraseological combinations are a type of such evaluations. Let's see an example:

... Lady Bertram, who was a woman of very tranquil feelings, and a temper remarkably easy and indolent, would have contented herself with merely giving up her sister, and thinking no more of the matter; but Mrs. Norris had a spirit of activity, which could not be satisfied till she had written a long and angry letter to Fanny, to point out the folly of her conduct, and threaten her with all its possible ill consequences. ***Mrs. Price, in her turn, was injured*** *and angry ; and an answer, which comprehended each sister in its bitterness, and bestowed such very disrespectful reflections on the pride of Sir Thomas as Mrs. Norris could not possibly keep to herself, put an end to all intercourse between them for a considerable period* [4].

Lady Bertram's painful reaction to her sister, caring attitude "Mrs. Price, in her turn, was injured" – it is clearly felt in his phrasing. J. Austin seems to share Lady Bertram's thoughts in the work, her situation is noted with heartache.

"Lady Bertram, who was a woman of very tranquil feelings, and a temper remarkably easy and indolent, would have contented herself with merely giving up her sister, and thinking no more of the matter; but Mrs. Norris had a spirit of activity, which could not be satisfied till she had written ***a long and angry letter*** *to Fanny, to point out the folly of her conduct, and threaten her with all its possible ill consequences"* [4].

Here, "a long and angry letter" is a phraseological combination, with a long and angry letter being metaphorical. The longness of the letter is related to the object that can be lengthened, and the angryness is related to the person. At this point, the metaphorical phraseological conjunction very clearly depicts the evaluation from the attitude point of view. This is the author's assessment of Mrs. Price's situation.

Phraseological combinations have a stylistic feature. J. Austin is a writer who has the ability to create unique phraseological combinations, and to use those existing in the language in a specific speech situation, that is, to interpret them according to the situation. I. Efendiyev is also a writer with such a stylistic quality: "*Mən bulduzerçinin heç dinib-danışmaması haqqında düşünürdüm. Elə bil,* ***ağzına su almışdı****"* [3, p. 180].

The mentioned phraseological combination can be used in different situations. Taking water in one's mouth is the carrier of the semantics of being completely silent and doing one's work according to the work situation.

As can be seen from the analysis, phraseological combinations in the language of both the author and the images have a typological characteristic in the works of J. Austin and I. Efendiev according to the point of elaboration and their characteristics. This is mostly due to the closeness of the writer's styles and universal features of phraseological combinations in general.

Conclusion. When analyzing the phraseological combinations used in the works of J. Austin and I. Efendiev, it was concluded that, apart from some peculiarities, the phraseological combinations in both the English and Azerbaijani languages are universal in terms of the writer's language, style, and processing characteristics. The mentioned peculiarities and it comes from the linguistic and cultural characteristics of each language.

In the works of both, the author's phraseological combinations are formed on the basis of "adjective + noun" and become active in accordance with the level of functionality. The conducted research shows that phraseological combinations exist as linguistic universals in the works of both authors.

Bibliography:

1. Gay P. Jane Austen and the Theatre. Cambridge: Cambridge University Press, 2002. 298 p.
2. Pride and Prejudice // https://www.britannica.com/topic/Pride-and-Prejudice
3. Əfəndiyev İ. Seçilmiş əsərlər. I cild, "Körpü salanlar", Bakı, 2005.
4. Austen J. Pride and Prejudice. 2023, Pan Macmillan, UK, 496 p.
5. Love and Freindship by Jane Austen. Global-grey, 2019.
6. Emma by Jane Austen//https://giove.isti.cnr.it/demo/eread/Libri/joy/Emma.pdf

Гусейнова С. Ф. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ПОЄДНАНЬ У ТВОРАХ ДЖ. ОСТІН І І. ЕФЕНДІЄВА

Стаття присвячена загальній характеристиці фразеологічних поєднань у творах Дж. Остін та І. Ефендієва. У ході аналізу у статті проаналізовано характерні особливості фразеологічних поєднань у контексті багатогранної діяльності, у тому числі особливості їх формування в результаті метафоризації, їх оціночні аспекти, їх роль як показник авторського стилю та інші особливості. У ході аналізу було висунуто на перший план та підкреслено універсальні аспекти фразеологічних поєднань у творах обох авторів.

Мовні одиниці у мові виконують багатогранні функції, завдяки чому забезпечується цілісність мови. У цьому сенсі категоріальне вивчення багатогранності мовних одиниць мови є одним із основних завдань, що стоять перед лінгвістикою. Один із таких аспектів пов'язаний з обсягом фразеологічних поєднань у мові автора. Фразеологічні одиниці – це лексичні одиниці кожної мови; той факт, що вони мають семантику синтезу, проявляється як форма метафори. Метафора відноситься до того аспекту можливостей мови, що характеризується як точним виразом ідеї, так і своєю естетичною красою та силою впливу на людей. У цьому контексті поява фразеологізмів як однієї з багатогранних функцій мовних одиниць можна проаналізувати у контексті глобальнішого підходу до проблеми.

У творах Дж. Остін та І. Ефендієва освіта фразеологізмів формується подібним чином – переважно як метафорично, так і метонімічно. У тому творах фразеологізми вживаються у двох формах – як словосполучення, що у мові автора й у народну мову характеризується своїм індивідуальним стилем, а вживані у спілкуванні фрази, які у спілкуванні, від авторських фраз за наявними в них характеристикам. У творах Дж. Остін та І. Ефендієва розвиток у бік втрати образності у фразеологічних поєднаннях у просторічній мові має типологічну характеристику.

Ключові слова: *фразеологічне поєднання, метафоризація, оцінка, стиль, автор.*

UDC 81
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/23

Jalilova G. Ya.
Azerbaijan University of Languages

INTONATION AND PRAGMATIC INFERENCES

Spoken discourse is so fast that speakers and listeners are required to be efficient. In order to achieve this, they must rely on context, as only context can disambiguate linguistic structures and meanings. Hence, participants of discourse should understand not only semantics and grammar, but also prosody and pragmatics. Thus, speakers do not always mean what they utter and their intentions cannot be retrieved from linguistic form and listeners are often required to infer hidden intentions and meanings which is sometimes easy, but can be quite hard at times.

Modern research justifies that in oral discourse 50 per cent of understanding depends on suprasegmental factors. Computer based experiments show that outcome of studies in this field is far from subjectivity, it is more objective. Thus, in order to understand the spoken language, the listener attaches great importance to understanding prosodic signals (intonation, tone of voice, range of voice, stress, rhythm) and non-verbal means of communication (gestures, facial expressions, eye contact). It is also possible to understand the nature of intonation more easily in the interaction between gestures, facial expressions, and eye contact, which are non-verbal means of communication.

Apparently, people use both verbal and non-verbal strategies to behave in a socially acceptable manner. Such strategies include not talking while eating, politely asking for help when needed, thanking for the help provided, etc. However, a tactful person is not only characterized by these. When using polite expressions such as "please", "thank you", "nice to meet you", it becomes difficult to understand when facial expressions are boring. Therefore, when talking about a polite or rude, positive or negative expression, the social context in which the utterance is used must be taken into account.

In formation of various discourse types, the importance of syntactic structures and lexical units are undeniable. However, it should be underlined that in formation of discourse types choice of pre-tonic patterns and nuclear tones in expressing emphatic positive and negative meanings and emotionality in oral discourse is a crucial factor, and this fact increases urgency and relevance of the topic.

It is worth noting that after the introduction of the discursive approach, intonation has been very well studied in a number of ways, and many descriptive and theoretical descriptions of intonation have emerged.

Key words: *spoken discourse, pragmatic inferencing, prosody, conventional and conversational implicatures, scalar implicatures, communicative competence.*

Introduction. Although the importance of intonation and its influence on the meaning of speech is not disputed among linguists, the nature of prosodic meaning is still a controversial issue. One area where the theories differ is in the assessment of the role that intonation systems play in the linguistic code of a language. Another controversial area is whether the meaning created by intonation is compatible with semantic or pragmatic theory. We argue that semantics is related to lexical meaning and does not go beyond the sentence level, while pragmatics covers any aspect of interpretation related to the context in which the utterance occurs.

When analysing the meaning of anutterance, we must distinguish between what is explicitly said and what is implied. The way how we are understood depends on both linguistic decoding of what is uttered and pragmatic inference. Thus, decoding the linguistic form does not mean a complete clarification of the idea, as in the case of clarification of words with more than one meaning where it is essential to rely on the context. The decontextualization of pragmatic meaning was investigated in more detail by R. Carston (1988).

The purpose of the article. This articles examines the prominent role of intonation in speech processing. Intonation in general, and nuclear tones in particular are crucial in processing of conversational implicatures and scalar implicatures. The article also shows the distinguishing role nuclear tones like low rising, falling-rising and rising-falling tones in changing the meaning of utterances.

The main problem. Pragmatic inferencing is a process characterized by interpretation of speaker's

verbal speech and intended meaning. Grice (1967) distinguishes between two types of inferencing; conventional and conversational implicatures. Conventional implicatures are inferences of speaker's utterance without considering context. This occurs when a certain linguistic form ("but", "therefore") is used and the implications of this form are not controversial. However, conversational implicatures are more complicated, as discourse participants should simultaneously consider literal meaning of sentences, prosody, context in order to fully understand intended meaning. So, in addition to linguistic skills, communicative competence also plays a role in the successful realization of communication. The main criterion for deriving a model of communicative competence is, first of all, that language should be seen as a process and not as a product. The second criterion is to understand communicative competence. Communicative competence includes 4 components: grammatical, sociolinguistic, discourse and strategic. Grammatical competence is the ability to construct phonologically, morphologically, lexically and syntactically correct sentences. Sociolinguistic competence is the speaker's ability to correctly use grammatical forms to perform a certain communicative function (persuading, giving instructions, warning, being polite) in different contexts. Sociolinguistic competence is also the knowledge of what is socially or culturally acceptable or appropriate. Discourse competence is the ability to combine ideas to achieve coherence and completeness of form. Strategic competence involves the use of verbal and non-verbal communication strategies to express an idea and convey information to an audience. Consider the following example:

They are for ˈstudents as ˈpart of their eduˌcation‖
Well they ˈcertainly ˈneed `some eduˌcation‖

The dialogue is from sitcom "Mind your language", where Miss Courtney, principal of an ESL evening school, and Mr. Brown, a teacher, meet in the classroom. The teacher, who brings newspapers for his disobedient and restless learners according to the course program, is a few minutes late for the lesson, during which the principal starts a conversation to check what the learners has learned. Meanwhile, it turns out that the learners have not learn anything. Moreover, the principal is also annoyed by the learners' inability to behave properly. Meantime, the teacher enters the classroom with newspapers in his hand, and informs the principal that they are part of the educational program. Hearing this, Miss Courtney sarcastically tells the teacher that they need "some" education. The principal emphasizes the word "some" by pronouncing it in a high-falling tone, and in a sarcastic manner, with a low-rising nuclear tone on "education", hints that they have not learned anything. Apparently, to understand this little dialogue, one needs to be fully aware of what is happening in the classroom.

Decoding scalar implicatures is another crucial factor for pragmatic inferencing. A scalar value can refer to an entity, attribute, event, activity, time and space, or a collection of such elements. Scales can also be defined by other hierarchical or linear sequences, such as spatial or temporal sequences, stages of a process, and class/subclass, entity/attribute, or part/whole relationships.

A: Did you read the first chapter? [4, example 25]
B: I read the first ∨half of it.
A: Have you, me, and Ellen ever had dinner together? [4, example 33]
B: We've had∨lunch.

With falling-rising nuclear tone speaker implies some hesitation in his choice of scalar value. Gregory Ward and Julia Hirshberg divide hesitation into three types: 1) hesitation about the possibility of assigning the thought in the utterance to any scale; 2) hesitance to choose the appropriate scale; 3) hesitation about choosing a value from the scale [4, p. 765].

It must be noted that a speaker does not have to be "hesitant" in the literal sense of the word to use a fall-rise, it can be used to be polite, to express irony, or to show respect. However, the falling-rising nuclear tone is always related to the scale or scalar value.

A fall-rise indicates type 1 hesitancy, when the speaker doubts the appropriateness of using any scale in a given context.

A: So you speak Sephardic? [4, example 52]
B: Huh?
A: Do you speak Ladino?
B: I speak ˌSpaˌnish.

Here, B is not sure whether A is only interested in B's knowledge of Ladino, or whether knowledge of other Iberian languages would also satisfy him. So, with a falling-rising nuclear tone, B expresses doubt as to whether it is appropriate in this context.

A fall-rise indicates type 2 hesitancy, when the speaker doubts whether he has chosen the appropriate scale among the scales that may be relevant to the context. In the example below, B doubts whether "days of the week" or "date of the month" is more important.

A: The party is Friday the seventeenth. [4, example 55]
B: ˌFriˌday isn't the seventeenth.
B: Friday isn't the seven∨teenth/.

Similarly, a falling-rising nuclear tone can express doubt that the speaker will agree with the listener's choice of scale.

A: Is she taking any medication? [4, example 56]

B: ˎVi˛tamins.

Here, B doubts whether the vitamins taken by the one being talked about belong to the medication A is interested in. That is, B is not sure that A perceives the association between vitamins and medication as the value of the scale representing the class/subclass relationship.

The 2nd type of hesitation can also be based on linguistic ambiguity.

A: Are you a doctor? [4, example 58]

B: I have a Ph.∨D.

Here, B is hesitant whether concepts of medical doctor and academic degree is the most appropriate choice of scale.

A fall-rise can also express the 3rd type of hesitation. This happens when the speaker wants to show that he is not hesitant about the choice of scale, but about the position of the idea on that scale.

B: I'm so excited. My girlfriend is coming to visit tonight. [4, example 60]

A: From far away?

B: From suburban Philaˎdel˛phia.

The speaker here doubts whether suburban Philadelphia is considered far from where they live on the scale of distance.

A: Have you ever been to the West of the Mississippi? [4, example 62]

B: I've been to Misˎsou˛ri.

Here, B implies that he is not sure if Missouri is on the west of the Mississippi on the geographic scale to which these rivers belong.

The rising ending brings softness to the utterance. J. Wells notes that [6, p. 224] *"Would you like some ˛tea?"*expresses polite interest, the use of a low-rising tone here is due to formality. The same utterance with a high-rising nuclear tone sounds more friendly, cheerful, carefree. If the speaker utters the rise with a wider range, the utterance will express surprise.

A similar case can be observed in tag questions. A. Gimson points out that the disjunctive questions pronounced with both a falling and a rising tone expect agreement from the interviewer – a falling tone requires agreement, while a rising tonepolitely indicates that there is also an option to disagree [3, p. 271]. *Would you like some tea| or coffee‖*– in a falling tone will arisenegative emotions in the listener, because in this case he has no choice but tea or coffee, and when it is said in a low-rising tone, the listener may refuse the options presented to him and ask for another drink instead.

This rule can also be applied to greetings. Greetings sound hearty and sincere when pronounced with a high-falling tone, hasty and hurried when pronounced with a low-falling tone, and polite and tactful when pronounced with a low-rising tone [3, p. 271]. *Good morning||*– stressed "good" and "morning" with a high-fall – sounds very sincere,while the high-falling tone on the word "good" awakens very cheerful impression. However, with a rising-falling tone, depending on the situation, the greetings may sound "significant" and sometimes "sarcastic". The expression of such two opposite meanings with the same nuclear tone may seem very confusing at first glance, but when accompanied by body language within the context, such differences in meaning are not difficult to understand. As mentioned above, after the greeting, if the parties are going to discuss some special, significant event, then an enthusiastic rise-fall is used. Sometimes, on the contrary, the speaker greets the interlocutor with a rising-falling nuclear tone in order to threaten, to express his anger, to show that the morning is not good at all.

Such a difference is noticeable in the utterances with "please". A. Wichmann notes that intonation can increase or decrease the positive meaning expressed by polite speech [7, p. 1522]. In her experience, she used the word "please" in all communicative types of sentences (interrogative sentences, statements, commands, elliptical sentences, etc.) at the beginning, in the middle, and at the end of the sentences. The linguist noted that the word "please", which is stressed at the beginning of the utterance, but at the end, unstressed or is pronounced with a rising tone, expresses positive meanings focused on the listener. However, when the word "please" is used as an independent sentence on its own and is said with a high fall,the request sounds sarcastic, spiteful, bitter, dissatisfied. When such a statement is uttered with a level tone, it expresses indifference, when it is uttered with a low fall, it sounds uncomplimentary and unethical [7, p. 1546].

Conclusion. Once we accept that the role of intonation is pragmatic, the meaning it adds to the utterance becomes clearer. It is easier to decode the meaning conveyed by the intonation when the speech is considered in context. In the process of communication, the speaker often has to direct the listener to the relevant context necessary for information processing. He sometimes has to refer to knowledge and assumptions that are "known" to the participants of the process. This takes the status of relevant background knowledge for new information. Communication processing reflects the relationship between background knowledge and foreground information. And the choice of intonation within and between intonation groups shapes the content of information. Through this choice, the listener is guided to understand the relevant context.

Bibliography:

1. Carston, R. Implicature, explicature and truth-theoretic semantics. Cambridge: CUP, 1988.
2. Chevallier, C., Noveck, I. A, Bott, L., Lanzetti, L. Nazir, T.,Sperber, D. (2008). Making disjunctions exclusive. Quarterly Journal of Experimental Psychology, 61(11), 1741–1760. Chierchia.
3. Gimson, A. C. Gimson's Pronunciation of English. London: Arnold. 2001. P. 339.
4. Gregory Ward and Julia Hirschberg. Implicating Uncertainty: The Pragmatics of Fall-Rise Intonation // Language, Dec. Vol. 61. 1985. № 4. P. 747–776. URL: https://www.jstor.org/stable/414489 Source: Published by: Linguistic Society of America.
5. Grice, P. (1967). Meaning. Philosophical Review 66, 377–388.
6. Wells, J.C. English Intonation. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. 276 p.
7. Wichmann, A. Intonation in text and discourse. London: Longman, 2000. 162 p.

Джалілова Г. Я. ІНТОНАЦІЯ ТА ПРАГМАТИЧНІ ВИСНОВКИ

Усна мова ведеться настільки швидко, що від мовців і слухачів потрібно ефективність. Щоб досягти цього, вони повинні покладатися на контекст, оскільки лише контекст може усунути неоднозначність мовних структур та значень. Отже, учасники дискурсу повинні розуміти не лише семантику та граматику, а й просодію та прагматику. Таким чином, оратори не завжди мають на увазі те, що вони вимовляють, і їхні наміри неможливо отримати з мовної форми, і слухачам часто доводиться робити висновки про приховані наміри та значення, що іноді легко, але іноді може бути досить важко.

Сучасні дослідження доводять, що в усному дискурсі 50% розуміння залежить від надсегментарних факторів. Комп'ютерні експерименти показують, що результати досліджень в цій області далекі від суб'єктивізму, вони більш об'єктивні. Таким чином, для розуміння розмовної мови слухач надає великого значення розумінню просодичних сигналів (інтонація, тембр голосу, діапазон тембру, наголос, ритм) і невербальних засобів комунікації (жести, міміка, зоровий контакт). Також можна легше зрозуміти природу інтонації при взаємодії жестів, міміки і зорового контакту, які є невербальними засобами комунікації.

Очевидно, що люди використовують як вербальні, так і невербальні стратегії, щоб поводитися соціально прийнятно. Такі стратегії включають в себе мовчання під час їжі, ввічливе прохання про допомогу, коли це необхідно, подяку за надану допомогу і т.д. однак тактовна людина характеризується не тільки цим. Використовуючи ввічливі вирази, такі як «будь ласка», «дякую», «приємно познайомитися», стає важко зрозуміти, коли вираз обличчя стає нудним. Тому, коли мова йде про ввічливе або грубому, позитивному або негативному вираженні, необхідно брати до уваги соціальний контекст, в якому використовується дане висловлювання.

При формуванні різних типів дискурсу важливість синтаксичних структур і лексичних одиниць незаперечна. Однак слід підкреслити, що при формуванні типів дискурсу вибір передтональних моделей та ядерних тонів для вираження емфатичних позитивних та негативних значень та емоційності в усному дискурсі є вирішальним фактором, і цей факт підвищує актуальність теми.

Варто зазначити, що після впровадження дискурсивного підходу інтонація була дуже добре вивчена багатьма способами, і з'явилося багато описових та теоретичних описів інтонації.

Ключові слова: *розмовний дискурс, прагматичний висновок, просодія, конвенціональні та розмовні імплікатури, скалярні імплікатури, комунікативна компетентність.*

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

УДК 811.134.2:81’42
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/24

Попова Н. М.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Середа Ю. С.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ В РОМАНІ Х. СЕРКАСА «ВОЇНИ САЛАМІНУ»

У статті розглядаються мовні відповідники лінгвокультурних реалій іспанського роману Х. Серкаса «Воїни Саламіну», відтворені в україномовному перекладі, та визначається ступінь передачі автентичних характеристик іспанського суспільства, які здатний відчути читач-носій української національної концептосфери. Об’єктом дослідження є слова-реалії та мовні лакуни в мові оригіналу та їх відтворення в мові перекладу обраного іспанського роману. Предметом є мовні засоби передачі лінгвокультурологічно значущої інформації. Методологія дослідження базується на поєднанні семантико-когнітивного аналізу для визначення лінгвокультурної специфіки літературних концептів та перекладацького й зіставного аналізів оригіналу та перекладу для встановлення відповідності відтворення автентичних понять, описаних у тексті художнього твору. Відмінності між мовними лакунами – невмотивованими прогалинами лексичної системи, – та словами-реаліями, які часто вербалізують національно-специфічні ознаки концепту, зокрема понятєві, оцінні або асоціативні, визначають вибір мовних засобів перекладачем. Безеквівалентна лексика, хоч і не вербалізує ключові концепти літературного твору, але є маркерами їхніх концептуальних ознак, які передають культурно-історичну інформацію. Лінгвокультурологічну специфіку твору здатні зберегти перекладацькі прийоми транскодування, конкретизації, модуляції та додавання. Водночас прийоми контекстуальних замін, генералізації та калькування сприяють уникненню перенасичення тексту-перекладу, яке могло б ускладнити сприйняття твору носієм української лінгвоконцептосфери, що є особливо важливим для отримання естетичного задоволення від читання художнього твору. У статті визначається роль фонових знань читача про загальновідомі мета-концепти, які є підґрунтям для сприйняття ліквокультурологічної інформації, відтвореної в тексті-перекладі.

Ключові слова: *лінгвокультурологія, мовна картина світу, концепт, реалія, мовна лакуна, перекладацькі трансформації, адекватність, еквівалент.*

Постановка проблеми. Переклади художніх текстів часто стають «вікном» до іншої культури, формуючи уявлення читача про спосіб мислення, життя та поведінку її представників. Тому точність відтворення реалій оригінального тексту є чи не найважливішим викликом, перед яким постають перекладачі. Адже мова є невід’ємним складником будь-якої культури. Вона здатна відображати унікальні особливості кожної нації, еквівалентів яких немає більше ніде у світі. Дослідженню цього зв’язку ще в XIX столітті присвятили свої праці В. фон Гумбольдт та О. Потебня. А з появою у XX століття гіпотези Сепіра-Ворфа вчені підтримали думку, що мова детермінує світосприйняття та спосіб мислення. У 60-тих роках минулого століття зацікавленість цією темою знову зросла після публікації робіт Н. Хомського про подібність граматик різних мов світу, що значно зменшило вплив культури. Зрештою, у 1994 р. Р. Лангаккер вперше запровадив термін «лінгвокультурологія», а через два роки Г. Б. Палмер описав як саме пов’язані мова та культура. Зв’язок культури, мови та мовлення, який досліджується в руслі лінгвокультурології, перетворився на важ-

ливе підґрунтя перекладацьких теорій та інструмент, який допомагає в пошуку ефективних методів відтворення мови оригіналу засобами мови перекладу.

Актуальність проблеми. Актуальність дослідження зумовлено науковим пошуком способів передачі лінгвокультурних реалій, які характеризують мовну картину світу одного народу, засобами мови іншого народу в сучасному світі, де поруч з процесами конвергенції помітна чітка тенденція диференціації та збереження усього різноманіття й багатства культурних спільнот. Окрім того, зростання важливості міжкультурної комунікації та, відповідно, ролі перекладених текстів зумовлює необхідність поглибленого вивчення культурних відмінностей різних країн для підвищення рівня взаєморозуміння та розвитку міжнародних зв'язків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Лінгвокультурологія знаходиться на перетині соціолінгвістики, етнолінгвістики, когнітивної лінгвістики, психолінгвістики, культурології та лінгвоантропології. Завдяки розвитку комплексних підходів до наукового пошуку та використання наукових методів когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології, психолінгвістики, соціолінгвістики вченим вдається поглибити знання про предмет дослідження. Тому вивченню взаємозв'язків лінгвокультурології та перекладу присвячено праці О. Селіванової, О. Матузкової, де визначаються фундаментальні поняття та основні принципи цих наукових напрямків.

Значна кількість досліджень спрямована на пошук способів адекватного відтворення культурних лакун мови оригіналу мовою перекладу, зокрема праці А. Бондаренко, Н. Андросюк, Т. Лелеки, Р. М. Кісінг, Ф. Шаріфіан та інших. А. Вежбицька особливу увагу присвятила вивченню специфіки лінгвокультурних концептів, яка беззаперечно має відчуватися в мові перекладу. На думку дослідниці, будь-який концепт є лінгвокультурним, оскільки йому властиві специфічні для відповідної культури поняттєві, ціннісні та асоціативні концептуальні характеристики. Таким чином, не дослідженим залишається питання про розрізнення універсальних та лінгвокультурних концептів твору перекладачем та мовних засобів відтворення сюжетної лінії з урахуванням їх універсальності та автентичності.

Мета статті. Дослідження має за мету проаналізувати перекладацькі способи збереження лінгвокультурологічної інформації роману Х. Серкаса «Воїни Саламіну» в україномовному перекладі та визначити рівень відтворення автентичності роману, який здатний відчути читач-носій української національної концептосфери. Об'єктом є слова-реалії та мовні лакуни в мові оригіналу і мові перекладу обраного іспанського роману. Предметом є мовні засоби передачі лінгвокультурологічно значущої інформації. Серед методів дослідження задіяно семантико-когнітивний аналіз для визначення лінгвокультурної специфіки літературних концептів, перекладацький та зіставний аналізи оригіналу та перекладу для встановлення відповідності відтворення автентичних понять.

Виклад основного матеріалу. «Мова» та «культура» є експліцитними складовими лінгвокультурології, здатними пояснити зв'язок між мовною системою та історичним розвитком певного суспільства. Комплексність та багатогранність поняття «культура» ускладнює спроби численних культурологів, етнологів, істориків, літературознавців, мовознавців та філософів укласти єдине та всеохоплююче визначення цього терміну. «Культура» в найширшому розумінні постає «феноменом життя певної групи, етносу чи цивілізації та є збереженими в їхній колективній пам'яті символьними способами матеріального й духовного усвідомлення світу, моделлю його пізнання й інтерпретації» [5, с. 278]. Тож, основним складником культури є суспільний досвід, виражений за допомогою системи знаків – мови. Зв'язок між культурою та мовою є очевидним. Національна культура акумулює та систематизує досвід, набутий у процесі розвитку суспільства, а мова кодифікує його з метою передачі та збереження.

Проте, у цій парадигмі існує третій – імпліцитний – компонент – свідомість. На думку О. Матузкової, саме ця складова визначає сполучення культури та мови, яке виникло синергетично, і зафіксоване й освоєне певною етномовною свідомістю [4, с. 40]. Окрім того, мовознавці виділяють два рівні існування культури: суб'єктивний, який існує у свідомості кожної людини та об'єктивний, що виникає на рівні суспільства та включає в себе як матеріальний, так і не матеріальний складник – колективну свідомість. Тож, свідомість постає з'єднувальним елементом у дихотомії «мова-культура».

Поєднання мови та культури в свідомості певного народу створює мовну картину світу. Цей термін вперше використав Л. Вайсгербер, а В. фон Гумбольдт, О. Потебня, Е. Сепір та Б. Уорф зробили значний внесок у його розви-

ток. О. Матузкова визначає мовну модель світу як провідний механізм синергетичного континууму, сполучення мови, свідомості й культури [4, с. 40]. А. Бондаренко вважає, що картина світу – це специфічне сегментування універсуму за допомогою різнорівневих засобів національної мови та понять [1, с. 46]. Очевидно, що саме це явище визначає світосприйняття певного етносу і породжує низку інших феноменів, зокрема лінгвокультуреми (або реалії), мовні лакуни, стереотипи та етнічні образи.

У сучасному світі, де міжкультурна комунікація стає дедалі важливішою, значна увага дослідників приділяється мовним лакунам та безеквівалентній лексиці. Є. Філоретова наводить визначення, запропоноване мовознавцями Ж. П. Віне та Ж. Дарбельне, які й запровадили термін «лакуна». На їхню думку, це явище, яке з'являється тоді, коли слово однієї мови не має відповідників у іншій мові [7, с. 255]. Тобто мовні лакуни постають маркерами, які відображають унікальні риси кожної культури. З цим твердженням погоджується більшість мовознавців, а деякі з них переконані, що це поняття є синонімічним до терміну «безеквівалентна лексика». Проте, слід розмежовувати «лакуни», «безеквівалентну лексику» та «реалії». Як стверджує Т. Лелека, лакуни є випадковими, невмотивованими прогалинами в лексичній системі, натомість реалії передають національно-специфічні або, навіть, екзотичні концепти. Зрештою, безеквівалентна лексика тлумачиться як феномен, який традиційно існує в концептуальній парадигмі носіїв мови [3, с. 40]. І хоча номінація одного специфічного об'єкта навколишнього світу не завжди є вербалізацією лінгвокультурного концепту, слова-реалії в поєднанні з безеквівалентною лексикою створюють автентичний колорит, на фоні якого розгортається сюжет літературного твору. Вони майже завжди виступають асоціативними маркерами, здатними характеризувати ключові концепти твору. Існування такого унікального лексичного пласту створює перешкоди для точного та адекватного перекладу. Перекладач повинен володіти достатнім рівнем лінгвокультурної компетенції як у мові оригіналу, так і у мові перекладу, щоб виявити та передати особливості світогляду, менталітету та побуту певного народу.

Переклад художніх текстів є одним з найскладніших і потребує неабиякої досвідченості та майстерності, адже завдання полягає не лише у відтворенні інформації іншою мовою, а й у передачі культурних особливостей та унікального стилю автора. Цей вид діяльності нерідко називають різновидом мистецтва в ході якого перекладач деконструює оригінальний твір, інтерпретує його та реконструює іншою мовою. Для досягнення мети інтерпретатори вдаються до різних прийомів: транскодування, калькування, контекстуальних замін, конкретизації, генералізації, модуляції, перестановки, додавання, опущення та заміни [2, с. 78].

Розглянемо як проявляються лінгвокультурологічні особливості іспанської та української мов, а також способи їх передачі на прикладі роману Х. Серкаса «Воїни Саламіну». У творі йдеться про молодого журналіста, який випадково зацікавився історією порятунку одного з ідеологів Іспанської Фаланги – Рафаеля Санчеса Масаса – під час Громадянської війни та почав розслідувати цей випадок. Ідея написання роману виникла в автора після розмови з Рафаелем Санчесом Ферлосіо – сином врятованого чоловіка. Тож роман «Воїни Саламіну» є документальним твором, оскільки в сюжеті реальні персоналії, місця та події поєднуються з фікцією.

На написання роману автор витратив 3 роки і представив його навесні 2001 року, хоча зацікавленість цією темою у нього з'явилася значно раніше. «Воїни Саламіну» одразу отримали схвальні відгуки і були видані різними мовами світу. Українською мовою роман був перекладений у 2013 році Петром Таращуком і опублікований видавництвом «Фоліо».-

Автор починає гру з реаліями вже в назві роману, задіявши мовну свідомість читача та його фонові знання про загальновідомі мета-концепти. Назва роману відсилає нас у добу Античності, до великої битви греків проти персів, що відбулася поблизу острова Саламін. У цій битві афіняни та спартанці здобули рішучу перемогу, врятувавши весь західний світ. На перший погляд ця подія не має нічого спільного з романом. Проте, за допомогою такого прийому автор проводить невидиму паралель між Саламінською битвою та Громадянською війною в Іспанії – двома подіями, які для сучасників оповідача є однаково далекими, але значення яких неможливо перебільшити, оскільки вони виявилися визначальними в житті кожної нації.

Оскільки роман є документальним, багато його персонажів – це реальні люди. Умовно їх можна розділити на дві категорії. До першої належить сам Хав'єр Серкас, який переносить себе в текстуальний всесвіт і стає оповідачем, а також його сучасники, які зробили свій внесок у створення

роману. Серед них *Рафаель Санчес Ферлосіо* – письменник та син головного персонажа твору, *Мікель Агірре* – журналіст, що займався вивченням Громадянської війни, *Хауме Фігерас* – син одного з лісових друзів, які допомогли Масасу втекти від республіканців, а також *Андрес Гарсія Трап'єльйо* – письменник, який теж цікавився постаттю Масаса. До другої групи можемо віднести персоналій, які жили в Іспанії 30-х років ХХ століття – у часи Громадянської війни. Це, перш за все, *Рафаель Санчес Масас* – основний персонаж роману та один із засновників Іспанської Фаланги, який дивом уникнув розстрілу після зустрічі з республіканцями. Окрім того, у творі згадуються *Хосе Антоніо Прімо де Рібера* – засновник іспанської фашистської партії та близький друг Масаса, *Франсіско Франко* – диктатор, який керував Іспанією з 1939 до 1975 року, брати-поети *Антоніо* та *Мануель Мачадо*, *Піо Бароха* –письменники та представник Покоління 1898 року, *Еухеніо Монтес* – теж письменник та ще один друг Масаса, *Мігель де Унамуно* – іспанський філософ і письменник та *Еухеніо д'Орс* – ідеолог каталонського відродження. Для українського читача, якому часто бракує знань з історії та літератури Іспанії, більшість з цих імен не несуть особливого значення. Тому важливим завданням перекладача стало пояснення українським читачам значення цих постатей для історії та суспільного розвитку Іспанії. Перекладач зробив відповідні примітки. Проте, серед усіх перелічених нами імен він розтлумачує лише три, обравши найбільш важливі постаті, що не увійшли до всесвітньої історії: Піо Бароха, Мігель де Унамуно та Еухеніо д'Орса. Цей вибір можна пояснити тим, що ім'я диктатора Франко є відомим в усьому світі, тоді як вклад письменників та громадських діячів не завжди виходить за межі відповідної культури. Перекладач допустив неточність у примітці щодо Хосе Антоніо Прімо де Рібери, описавши його батька – диктатора Мігеля Прімо де Ріверу-і-Орбанеху. Проте, така помилка не впливає на сприйняття твору, хоча й дещо ускладнює його розуміння уважним читачем.

Крім власних імен, на увагу заслуговують також поняття, пов'язані з історичними реаліями періоду Громадянської війни в Іспанії. Цей пласт лексики є унікальним для іспанської мови, оскільки позначає внутрішні події країни, і не має відповідників в інших мовах. Тому перекладач вдається до різних прийомів для спрощення сприйняття тексту українськими читачами. Деякі власні назви він подає в оригінальному написанні, а в примітках пояснює їхнє значення: *Causa General, Esquerra Republicana, JONS (Juntas de Ofensiva Nacional Sindicalista)*. Лише поодинокі поняття він транслітерує, наводячи пояснення внизу сторінки (*Генералітат, барселонські чека)*. Також у тексті знаходимо кілька реалій, які пов'язані з історіями інших країн. Наприклад, розповідаючи про становлення особистості Масаса, однією з основних рис якого є прихильність до фашизму, автор описує його позитивне ставлення до *Походу на Рим*. У оригінальному тексті Х. Серкас не наводить тлумачення цієї події. Однак, перекладач вирішив додати пояснення, оскільки Похід на Рим зіграв вирішальну роль у становленні фашизму в Італії, звідки його невдовзі перейняли іспанські політичні діячі.

Окрім того, варто виділити лексеми, які мають національне забарвлення, але ніяк не коментуються при перекладі. До них належать: *Фаланга* (та похідні від нього: *Зовнішня Фаланга, фалангіст, фалангістський, фалангізм*), *Республіка* (а також: *республіканський* та *республіканці*) та «*п'ята колона*». Для більшості українських читачів знайомим є лише останній вираз, оскільки існує і в нашій мові, проте не всім відомо, що він виник саме в Іспанії під час Громадянської війни. Терміни «Фаланга» (назва іспанської фашистської партії, яка була заснована Хосе Антоніо Прімо де Ріберою та проіснувала впродовж усього періоду диктатури Франко) та «Республіка» (мається на увазі Друга Іспанська республіка – період історії Іспанії між поваленням диктатури Мігеля Прімо де Рібери та вигнанням короля Альфонса XII і встановленням диктатури Франко) мають важливий національно-історичний контекст, тому інтерпретатору варто було залучити прийоми конкретизації, модуляції та додавання для уникнення несприйняття читачем цієї історико-культурної інформації, у якій закладено ціннісно-асоціативні характеристики цілої епохи життя іспанського суспільства.

Вдаючись до прийому додавання для експлікації контексту, перекладач полегшує сприйняття тексту. Наприклад, відповідником *el 18 de julio* є *повстання 18 липня*, *la Transición* – це *перехідний період, los religiosos – священиків, ченців і черниць, el vaso de tinto – склянка червоного вина* та *Auxilio Social – Управління соціальної допомоги*. Такі трансформації безумовно важливі й позитивно впливають на розуміння тексту, адже розкривають лінгвокультурологічні смисли, які не є очевидними для читачів.

Також у романі зустрічаємо яскраві приклади мовних лакун: *ідальго* та *каудильйо.* Обидва слова не мають еквівалентів в українській мові, тому

перекладач просто транслітерує їх та залишає без тлумачення. На нашу думку, така стратегія є виправданою, оскільки ці лексеми несуть національний колорит, і заміна їх на описове пояснення зруйнувала б атмосферу, яку хотів передати автор.

Окремої уваги заслуговує переклад слова *Armada*, якому в українській мові відповідає поняття *військово-морські сили*. Однак, інтерпретатор вдався до генералізації, використавши лексему *армія* та втративши при цьому як історичну контекстуальну характеристику (адже, Велика Армада – це величний флот Іспанської імперії, який існував з XVI століття та став символом морської держави), так і не відзначивши видову характеристику іспанського війська.

Зрештою, не можемо оминути увагою низку прикладів, у яких використаний прийом уподібнення, тобто «відтворення семантико-стилістичних функцій реалії мови оригіналу іншомовним аналогом – реалією мови перекладу» [2, с. 119]. Серед них: *arroz a la cazuela – рис з тушкованим м'ясом, ayuntamiento – міська рада, Junta Política – Політична рада, pueblecitos – хутори, zamarra – кожух, pitonisa – ворожбитство.* Окрім того, знаходимо також приклади уподібнення фразеологічних одиниць: *sacarme de mis casillas – допекти мені до живих печінок, no se andaban con chiquitas – байдиків не били.* На нашу думку, ці трансформації є доречними, оскільки пояснюють іспанські реалії відповідниками, які зрозумілі для українського читача, і водночас не перевантажують текст та не спотворюють вигаданий світ роману.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, відчути автентичність перекладеного роману читачеві допомагає заповнення мовних лакун мови перекладу описом понятєвих, ціннісних або асоціативних складників відтворюваного фрагменту навколишньої дійсності, для чого перекладач вдається до використання додаткових лексичних одиниць, мікротекстів-пояснень, прийомів транскодування, конкретизації та модуляції. Точність лінгвокультурологічної інформації залежить як від рівня лінгвокультурної та комунікативної компетентності перекладача, так і від вдалого добору мовних засобів та перекладацьких трансформацій для відтворення слів-реалій у мові перекладу, які б не перевантажували читача інформаційно, і водночас задіювали його фонові знання про загальновідомі мета-концепти для кращого розуміння розбіжностей між культурами

Подальші перспективи дослідження полягають у пошуку засобів передачі модальних відтінків значень іспанських граматичних форм, які здатні задіяти психоемоційні механізми сприйняття інформації, засобами української мови.

Список літератури:

1. Бондаренко А. Лінгвокультурологія. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2021. 197 с.
2. Гетьман З. О., Орлова І. С. Теорія і практика перекладу з іспанської мови на українську. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2010. 223 с.
3. Лелека Т. О. Релятивність міжмовних лакун як перекладацький феномен. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2023. № 1 (204). С. 35–43.
4. Матузкова О. П. Лінгвокультура та переклад. Одеса: Видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2022. 226 с.
5. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.
6. Серкас Х. Воїни Саламіну / пер. з ісп. П. Таращук. Харків: Фоліо, 2013. 218 с.
7. Філоретова Є. Міжмовні лакуни в аспекті сучасних лінгвістичних досліджень. *Наукові записки Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка*. 2010. № 89 (3). С. 255–258.
8. Cercas J. Soldados de Salamina. Barcelona : Tusquets Editores, 2001. 216 p.

Popova N. M., Sereda Yu. S. **LINGUISTIC AND CULTURAL TRANSLATION ASPECTS OF THE NOVEL "THE WARRIORS OF SALAMIS" BY J. SERCAS**

The article examines the linguistic correspondences of the linguistic and cultural realities of the Spanish novel by J. Sercas "The Warriors of Salamis" reproduced in the Ukrainian translation and determines the degree of transmission of Spanish society authentic characteristics that can be felt by the reader-carrier of the Ukrainian national conceptual sphere. The object of the study is the words-realities and linguistic lacunae in the source and target languages of the selected Spanish novel. The subject is the linguistic means of conveying linguistically and culturally significant information. The research methodology is based on a combination of semantic and cognitive analysis to determine the linguistic and cultural specificity of literary concepts, as well as translation and comparative analysis of the original and translation to establish the correspondence between the reproduction of authentic concepts described in the text. Differences between linguistic lacunae – unmotivated gaps in the lexical system – and words-realities, which often verbalize nationally specific features

of a concept, such as conceptual, evaluative, or associative ones, determine the choice of translation technics. Although the words-realities do not always verbalize the key concepts of a literary work, they are able to identify their conceptual features that convey cultural and historical information. Translation techniques of transcoding, specification, modulation, and addition can preserve the linguistic and cultural specificity of a novel. At the same time, the techniques of contextual substitution, generalization and calquing help to avoid oversaturation of the translated text, which could complicate the perception of the work by a native speaker who can possess another linguistic conceptual sphere, which is especially important for obtaining aesthetic pleasure from reading a work of fiction. The article determines the role of the reader's background knowledge of well-known meta-concepts, which are the basis for the perception of cultural information reproduced in the translated text.

Key words: *cultural linguistics, linguistic worldview, concept, realities, linguistic lacunae, translation transformations, adequacy, equivalent.*

ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНЕ І ТИПОЛОГІЧНЕ МОВОЗНАВСТВО

UDC 811.1/.2+112-114'01-06+81`22/`37
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/25

Vakhovska O. V.
Kyiv National Linguistic University

HOW ENGLISH CHANGED ITS VIEW OF SADNESS: MAKING SENSE OF THE EMOTION, DIACHRONICALLY

This paper shows how in the history of English a new word sāđ (Middle English) came to replace the old word unrōt (Old English), the two words having the human qualia of sadness as their referent. The assumption this paper makes is that the word unrōt meaning 'sad' got etymologically demotivated in the continuous and repeated usage it had enjoyed among the language speakers, which through a peculiar combination of extra- and intralinguistic factors was one of the causes the word unrōt eventually lost its expressivity and disappeared from English altogether. The word sāđ with the original meaning 'sated, surfeited; satisfied' (Old English sæd) had undergone a semantic change, with the result that this word acquired its new meaning 'sad,' and in fact appeared more emotive as compared to unrōt when it came to naming the speakers' experience of sadness qualitatively. The word sāđ took the place of the word unrōt, which in effect was – and which then actually caused – experiencing sadness in other and different terms, ultimately with a change in the English worldview, whereby speakers of English started to literally feel, understand, and 'see' sadness in a different way.

The etymological motives that each in their own time brought the words unrōt and sāđ into English are in this paper reconstructed as the inner forms of these two words, and then shown as the archaic images of fire (the word unrōt) and of water (the word sāđ), as the diachronic semantic reconstruction took up the etymological analyses together with the image-driven etymological interpretations of the words. Fire (red and masculine) and water (dark blue and feminine) appear as the two different senses that speakers of English have historically come to make of the emotion of sadness, prompted by the peculiar mental imagery, which is archetypal, as well as by the peculiarities of the social and cultural dynamics of the linguistic community.

Key words: *diachronic semantic reconstruction, emotion, etymological interpretation, language change, meaning, mental image, sense, word, word inner form, worldview.*

To accept the possibility of causeless phenomena
and at the same time to seriously do science
is forbidden for a consistent mind
I. A. Baudouin de Courtenay

The point is not in only describing the life of different societies
but in exposing the laws thanks to which they function
E. S. Markarian

The problem statement. This paper continues our research on the ***linguistic manifestation of human emotions*** [27; 30; 31; 32; 34] and is a sister paper to our earlier work [28; 37] where a distinction is drawn between the diachronic depth of concepts in the worldview, on the one hand, and their diachronic variation, on the other. Whereas ***the diachronic depth*** [38; 39] of a concept is the archaic image that motivated the emergence of this concept *per se*, and also the emergence of this concept's name into the language [28], ***a diachronic variation*** [1; 8] occurs in concepts throughout their evolution in the worldview, with the understanding that a mental image [19] is a structure of non-propositional thought [9], and a fact of man's archaic consciousness [6; 12], while a concept is a structure of propositional thought

[4; 18], and a fact of man's modern consciousness [12; 22]. As 'most apparently nonimage-schematic concepts <...> seem to have an image-schematic basis' [20, p. 37–38], non-propositional thought has the property to convert into propositional thought, the reverse being also true [3; 29; 33], which makes use of the visual and auditory zones of the brain [2], and of the deep and shallow layers of the mind [18].

This paper[1] addresses semantic change over time, and assumes that concepts in their diachronic variation may come to take different names – these names are words of language, – and each new name a concept takes manifests a change in this concept's content. What is more, a new name does give a different diachronic depth to this concept, as this name is a word whose emergence into language was prompted by a peculiar mental image, and it is this image that makes the concept's diachronic depth. The assumption of this kind raises an issue, however. The issue is this concept's identity, i.e. the condition of this concept being itself, and not another, as this condition is then questioned [5], which we believe is rather metaphysical in the sense that answers to this kind of questions are inaccessible to the human mind and knowledge; cf. the limit set in mathematics.

This paper presents the case of the words *unrōt* (Old English) and *sǎd* (Middle English) that in the history of English[2] came to name SADNESS as an emotion concept. This case brings together ***emotion names*** as part of the linguistic worldview – the words *unrōt* and *sǎd*; ***emotion concepts*** as part of the conceptual worldview – the SADNESS concept; and ***emotions*** as human qualia – the emotion of sadness [27]. SADNESS in its diachronic variation in the English worldview has come to take at least two different names – the words *unrōt* and *sǎd*, – each name testifying to the historicity [23; 25; 42] of sadness, i.e. this experientially was a different emotion when named by different words: sadness felt different, as each new name makes any emotion feel different [10; 11; 41]. Our question is: is this sadness that we discuss in this paper? or are these sadnesses? Cf. [35, p. 183].

Moreover, the words *unrōt* and *sǎd* have different inner forms, i.e. the words were motivated, and in their own time were brought into English, by two different images: the word *unrōt* was prompted by the image of fire, while the word *sǎd* was prompted by the image of water. If the archaic image that motivated the emergence of a concept into a conceptual worldview, as well as the emergence of this concept's name into the linguistic worldview, makes the diachronic depth of this concept, then the images of fire and of water make different diachronic depths, i.e. two different concepts must have emerged from these depths, and our question is: is this SADNESS that we discuss in this paper? or are these SADNESSES? Cf. [35, p. 184].

Fire is masculine, and water is feminine, which is archetypal [16], and invites us to adventurously extend the question, as a thought experiment, to our own identity: when we were a zygote, was it us? as a zygote potentially could develop with equal probability into a male and a female, and still the feminine took over, and we were born female, this male we could be but have never become – is this male us? when we were an embryo, was it us? when we were a newborn, an infant, a teenager, etc., was it us? we seven years ago – was it us? The organism has the condition of being itself, and not another, indeed. A further identity question could be when one chooses to change their given name as one feels their chosen name different – different names do make one's different personalities, and then what happens to concepts that come to change their names, too?

Major publications and recent research. The nature and function of language *per se* become the ultimate, immediate, and universal cause for any change that occurs in language through time, encompassing the speakers' communicative and emotive needs for expressing, respectively, their thoughts and their feelings with the help of language [7, p. 31–33; 43]. Both the communicative and the emotive factors in ***language change*** are extralinguistic, i.e. they originate in the world but not in the language, whereas the needs for change that arise in language by itself are treated as intralinguistic, or systemic, factors, determining in particular the number and functions of ***lexical units*** in language, as well as the redistribution of functions among these units, without a change in the world. The extra- and intralinguistic factors interplay in a complex way, bearing out the slow but constant change in the forms and meanings of individual words of language, and in the wordstock of this language generally.

A special role in the ***semantic change*** of the words of language belongs to the emotive factor [24], orchestrating the phonetic, morphological, and semantic ***motivation in words*** [26]. Phonetic motivation is a correspondence between the sound form and

[1] Fragments of our works [28; 37] are taken for reconsideration in this paper.

[2] *In the authoritative etymological dictionary of the Germanic languages by V. V. Levitsky (2010), as cited in [28], Old English, Middle English, and Modern English, for example, are rubricated as different languages: Old English and Middle English are archaic Germanic languages, and Modern English is a modern Germanic language, which yet is not intended to deny an identity to the English language per se. What matters then is to choose, and to agree upon, a good criterion for rubrication.*

the meaning of a word, e.g. *Zickzack* in German, with the sounds [i] and [a] symbolizing a sharp turn, which the referent of the word ontologically is [7, p. 30–31]. Morphological motivation occurs in words made of two or more components with a lexical and/or grammatical meaning of theirs [ibid.], e.g. Ukrainian *вчителька*, with its three morphemes *вчи-тель-ка* and the meaning 'a female who teaches at school.' Semantic motivation is the property of words to have their inner forms, in contrast to outer forms [ibid.].

Whereas the outer form of a word is this word's phonemic or graphemic container (i.e. word outer forms are material: they are entities in the world), ***the inner form of a word***, according to O. O. Potebnya, is the fragment of this word's meaning (i.e. word inner forms are not material: they are entities in the mind) that at the time of creation motivated the emergence of this word in its peculiar outer form into this particular language [cited from 35, p. 180]; word inner forms inherently are culture-specific, e.g. the inner form of the Ukrainian word *ведмідь* 'a bear' is 'a creature who eats honey' (*мед* 'honey' and **ĕд-* 'to eat'), while the inner form of the English word *a bear* is 'a creature who is brown' (Proto-Indo-European **bher-* 'brown, shiny, bright').

All three types of motivation are cued by the ability of units of different language levels to evoke images in the human mind [2; 3] exactly where these units are interpreted. This paper operationalizes ***word interpretation*** as a creative act of giving a meaning to a word and, vice versa, of manifesting a meaning via a word, whereby a mental image as a symbol is converted to the meaning of the word as a sign, and back: word interpretation as a meaning-making act is driven by mental images that represent in the human mind the phenomena of the world, and are the symbols for these [28]. Whereas words ***describe*** the world, mental images ***depict*** it [3], which we in this paper put down for the theoretical concept of ***a national worldview*** [q.v. 13; 14], whereby speakers of a language see, and experience, the world in a peculiar, culture-specific way prompted to them by this particular language [36]:

Man lives with his objects chiefly – in fact, since his feeling and acting depends on his perceptions, one may say exclusively – as language presents them to him. By the same process whereby he spins language out of his own being, he ensnares himself in it; and each language draws a magic circle round the people to which it belongs, a circle from which there is no escape save by stepping out of it into another [15].

By the general semiotic law of the inverse relationship between the extension and the intension of a linguistic sign [32, p. 38, drawing on Nikitin M. V.], motivated words of language get continuously ***demotivated***, as they lose their original motivators, expending with regular use the emotive load they once possessed, and give their place to new and other words that as yet are emotively loaded [7, p. 31–33, 456–465]. In the course of time, all the words in any language become demotivated, which has one of its psycholinguistic causes in the satiation, whereby the continued, long-term use and repetition of a word result into this word's semantic attrition: the meaning of the word, together with its emotive load, gets obliterated [17, p. 421] and has no, or a much smaller, impact upon the speakers.

Language embraces arbitrariness for the relationship between the forms and meanings of words, but also inherently strives for a motivation in words, which is a panchronic and panlinguistic tendency towards ***a substitution***, whereby words with an obliterated motivation get replaced by words with a vivid and transparent inner form [7, p. 462]. This in particular was the case in the history of the German language, for example, when the old name for the human head (*Haupt* < Germanic **hauƀiđa-* 'a vessel, a pot > a head') was substituted by a new one (*Kopf* < Germanic **kuppa* 'a vessel, a cup > a head') [40] with a bigger emotive load. In Modern German, the word *Kopf* has a number of synonyms, e.g. *Birne* 'a pear > a head,' *Ballon* 'a balloon > a head,' *Kürbis* 'a pumpkin > a head,' etc., that themselves are motivated words competing now with the word *Kopf* for the size of the emotive loads. As the word *Kopf* spends its motivation in the wide use it enjoys today, there is a possibility that one of the synonyms at some point in language evolution comes to replace *Kopf* as a new name for the human head in German [7, p. 462–463].

This apparently is a trade-off, as speakers in their use of language seek expressivity, choosing for this reason more motivated words, which leads to a more frequent usage of these words. This increase in the frequency of usage, in its turn, leads to a wear and tear, with a loss in motivation, and a reduced expressivity, of the words, which then results in a lower frequency of usage for these words, and ultimately in the substitution of these words by ***new words***. ***Old words*** that lose out in the competition for expressivity either disappear from the language system completely, or relocate to the periphery of their lexical microsystem, or migrate to the other lexical microsystems of this language [7]. This competition, as much as the circulation of words that it causes, never stops in language, and is constitutive for semantic change.

The objective of this paper is to show how in the evolution of English a new word *sǎd* (Middle English)

came to replace the old word *unrōt* (Old English), the two words having the human qualia of sadness as their referent. The assumption this paper makes is that the word *unrōt* meaning 'sad' got etymologically demotivated in the continuous and repeated usage it had enjoyed among the language speakers, which through a peculiar combination of extra- and intralinguistic factors was one of the causes the word *unrōt* eventually lost its expressivity and disappeared from English altogether. The word *sǎd* with the original meaning 'sated, surfeited; satisfied' (Old English *sæd*) had undergone a semantic change, with the result that this word acquired the new meaning 'sad,' and in fact appeared more emotive as compared to *unrōt* when it came to naming the speakers' experience of sadness qualitatively. The word *sǎd* took the place of the word *unrōt*, which in effect was – and which then actually caused – experiencing sadness in other and different terms, ultimately with a change in the English worldview, whereby speakers of English started to literally see sadness in a different way.

The motives that each in their own time brought the words *unrōt* and *sǎd* into English are in this paper reconstructed as the inner forms of these two words, and shown as the archaic images of fire (the word *unrōt*) and of water (the word *sǎd*), which framed a diachronic semantic reconstruction taking up the etymological analyses together with the image-driven interpretations of the words. Fire and water appear as the two different senses that speakers of English have historically come to make of the emotion of sadness.

In what follows, we use the etymological works by K. Brugmann (1892), C. Onions (1966), M. Makovsky (1992, 1996, 2000, 2004), and V. Levitsky (2010) [cited from 28] in combination to reconstruct the original and the etymological meanings of the words *unrōt* and *sǎd* in English, as well as of the Proto-Indo-European roots **ar-* and **sá-* that these words respectively derive from.

Results and discussion. ***Old English*** **sæd** with the meaning 'sated, full, having had one's fill (of food, drink, fighting, etc.), weary of' ascends through the Proto-Germanic word **sathaz* 'full, sated' to the Proto-Indo-European root **seto-* < **sá-* 'to satisfy; satisfied; to satiate; satiated, full.' The syncretic meanings that emerge into the archaic man's sadness are 'to bend > to tie' > '(not) to move.' This is the movement of the water that comes from below the Earth; the water bends as it ties one up, filling them in. One feels heavy and bad, and does not move.

Proto-Indo-European **seto-* < **sá-* is the source also of Old Norse *saðr*, Middle Dutch *sat*, Dutch *zad*, Old High German *sat*, German *satt*, Gothic *saþs* 'satiated, sated, full;' cf. also Latin *satis* 'enough, sufficient' and Ukrainian *сумий* 'full, satiated, not hungry.' Throughout the Middle English language and early into the Modern English language, the noun *sadness* had the meaning 'solidness, firmness, thickness, toughness; permanence, continuance; maturity; sanity,' just as the adjective *sad* meant 'firmly established, set; hard, rigid, firm; sober, serious; orderly and regular.' The emergence of the meaning 'dejection of mind; depressed state, low spirits' for the noun *sadness* is dated by c. 1500, perhaps c. 1400. The semantic development of the word must have been 'heavy, ponderous' > 'weary, tired of' (i.e. 'full' mentally or physically, and thus feeling heavy), on the one hand, and 'serious' > 'grave, sober; dignified, solemn; discreet, wise; stern; trustworthy' (of a person, a group of nuns, etc.), on the other [21].

Movement emerges into the concept of sadness as the syncretic meanings (1) 'to bend' > 'to tie up:' this is one's fullness, heaviness, and immovability because of one's being tied up by water: the water bends before it ties one up; one is filled in with a thick liquid to one's brim; cf. Old Indo-Aryan *tanakti* 'to pull together; to clot' and Lithuanian *tankus* 'thick (of liquids);' (2) Indo-European **ker-*/**kes-* whose meaning (a) 'to bend, to cut' develops via enantiosemy into 'solid, hard' (i.e. 'unbending, difficult to cut'); cf. English *hard* and German *hart* 'hard, solid;' and (b) 'to beat' develops as 'to break up, to crush, to mill' > 'soil, ground;' cf. typologically English *grind* and *ground*; cf. also Old Indo-Aryan **ksam-* 'earth, soil' but *kosma* 'warm, wet;' Latin *mundus* 'the world, the universe' but Greek *μυδος* 'humidity, dampness;' Latin *humus* 'earth, soil' but English *humid*. The meaning 'earth, soil, ground' develops a semantic shift as 'low;' cf. Latin *humus* 'earth, soil' but *humilis* 'low.'

Indo-European words for perception as well as for internal experiences such as feelings and emotions (*to believe*, *to hope*, *to feel*, etc.) in a lot of cases correlate with words that denote the internal organs of the human body. In the archaic anthropomorphic model of the Universe, the human body is a microcosm: its internal organs are containers for the world-mind and seats for the Deity; cf. Latvian *just* 'to feel' but Old English *eosen* 'an intestine,' Latvian *ceret* 'to hope' but Latin *cor* 'the heart,' Latin *solor* 'to console' but Ukrainian *селезінка* 'the spleen;' cf. also Gothic *galaubjan* 'to believe' but Middle High German *lip* 'the stomach' and German *Leber* 'the liver;' Tocharian A *puk* 'to believe' but Old English *buc* 'the belly;' Gothic *wens* 'a hope' but Latin *venter* 'the belly;' English *hope* but Breton *kof* 'the belly;' Old English

raedan ‘to think, to believe’ but *réada* ‘the stomach (of cattle);’ Old English *sméagan* ‘to think, to believe, to feel’ but German *Magen* ‘the stomach.’

Indo-European words for perception often correlate with the meaning ‘a liquid;’ cf. Latvian *just* ‘to feel’ but Latin *ius* ‘a liquid;’ English *to feel* but Indo-European **pel-* ‘liquid;’ Latin *sentire* ‘to feel’ but Old English *seað* ‘a sea;’ Macedonian *чувствува* ‘to feel’ but Indo-European **gheu-* ‘to pour; moisture.’ The meaning ‘a liquid, a fluid; a juice’ develops from the meaning ‘to beat > to smash, to crush > moisture.’ In archaic view, one’s consciousness, with a clear awareness of the surrounding world, depended on the dryness of the air that one inhaled: dryness was believed to strengthen the intellect, contributing to the power of one’s mind; cf. German *Tropfen* ‘a drop’ but *Tropf* ‘a fool;’ Ukrainian *дурь* ‘pus’ but *дурень* ‘a fool.’ This way, humans by virtue of their intellect were distinguished from animals that inhale the air from the ground and eat wet food.

Folk belief is that when one is asleep or taken by afflictions of the body as much as of the soul, one’s vital organs shrink and contract, exuding a liquid; cf. Old English *mætan* ‘to sleep’ but Latin *madeó* ‘to be wet, to make wet;’ Indo-European **suep-* ‘sleep’ but Tocharian A *wip-* ‘moisture, water’ and Old English *wæpan* ‘membrum virile’ (literally, the organ that is moistening, making wet); Old English *slæpan* and German *schlafen* ‘to sleep’ but Indo-European **lei-* ‘to pour, to moisten’ > ‘sticky fluid; grease,’ as in Old English *lempit* ‘a vessel;’ English *dream*, German *traumen* ‘to see dreams’ but English *stream* and German *Rahm* ‘cream.’ On that, physical and mental illnesses were connected with bad liquids of the human organism; cf. French *goutte* ‘a drop’ but English *gout*. One’s sadness apparently was caused by the secretions of their spleen; cf. *spleen* (obsolete) ‘a human organ conceived of as the seat of spirit and courage or of such emotions as mirth, ill humor, melancholy, etc.; ill humor, peevish temper, or spite; melancholy; caprice.’

The adjective *sad* had developed its modern meaning ‘unhappy, sorrowful, melancholic, mournful’ by c. 1300: in this meaning, ***Middle English* sǎd** (its variants are *sad* and *sad(d)e*) as a more emotive word came to replace ***Old English* unrōt**, the negative derivative of *rōt* with the meaning ‘joyful, cheerful, glad’ (< Proto-Indo-European **ar-* ‘to burn, a fire’ > **rei-* ‘colorful, mottled (about a fire)’ > ‘red,’ with the understanding that this was the sacred fire: one felt joy when performing the ritual action at the sacred fire, worshiping the Deity; one felt sadness when not in this performance), which introduces into the concept of sadness the interplay of the images of ***fire*** and of ***water***, the two elements forming the bases for many archaic beliefs, as they are each other’s opposites.

Red was a magical color as it symbolized the sacred fire *per se* and also was its first chakra, meaning creation and birth; cf. Old Norse *reðr* ‘membrum virile’ and also Ukrainian *родити* ‘to give birth.’ The light of the sacred fire was opposed to the darkness surrounding the Universe; this was a manifestation of the opposition of good to evil; cf. Old Indo-Aryan *ratra* ‘the night.’ Red stood for the divine movement and was the symbol of passion, purification, and joy in one’s union with the Deity, which took place in the ecstatic rupture of pagan rituals performed by the fire. Both the fire and the red color that symbolized it were the masculine.

Red had blue as its counterpart, standing in opposition. ***Blue*** as the last chakra of the sacred fire was the symbol of vanishing and death, as happens when one transitions into a different state; the places where humans could dangerously lose their selves, caught into the lower world, were marked up by the blue fog. Movement got lost in the blue color, too, as if drowning and dissolving in it. Blue was the feminine, and, opposed to fire, stood for water; cf. Tocharian A *wip-* ‘to be wet’ but Old English *wip* ‘a woman;’ Latin *aqua* ‘water’ but Armenian *eg* ‘a woman;’ Indo-European **seu-* ‘liquid’ but Latvian *sieva* ‘a woman;’ Indo-European **kel-* ‘liquid’ but Tocharian A *kuli* ‘a woman.’ Water compared to sound, as they both flow, and stood for human speech, whereas the roar of the fire was the voice of the Deity; cf. Tocharian A *war* ‘water’ but Indo-European **ųer-* ‘to make sounds;’ Latin *sanguis* ‘blood’ but English *song*. Indo-European words meaning ‘water’ often correlate with the meaning ‘dark, black;’ cf. Latin *aqua* ‘water’ but *aquilis* ‘dark, black;’ Irish *dubron* ‘water’ but *dub* ‘black;’ Tocharian A *war* ‘water’ but Gothic *svarts* ‘black;’ Swedish *dunken* ‘wet’ but German *dunkel* ‘dark.’

Water was a phallic symbol as water gave life, equalling the semen of the Deity; various liquids, including blood, were used in pagan rituals as a sacrifice (cf. German *wetzen* ‘to whet’ and English *wet* and *whet*) and also for ritual libation, inducing the ecstatic states of mind; cf. English *blood* but Old Indo-Aryan **bhola* ‘charmed, spell-bound.’ Water, as much as the blue color that stands for it, symbolized the unconscious; cf. German *blau sein* ‘to lose consciousness’ and French *ne voir que du bleu* ‘not to see anything’ (literally, ‘to see only the blue color’); cf. also Icelandic *blundr* ‘sleep’ and English *blunder*. When one is sad, they in English are said to be in the blues, too. The word *water* ascends to the Proto-Indo-European root

**aw-* ‘to weave < to bend’ as in pagan beliefs water was a wickerwork: water was bending and weaving (cf. Indo-European **seu-* ‘liquid’ and ‘to bend, to weave,’ **au-* ‘water’ and ‘to weave;’ Indo-European **ner-* ‘to weave’ but Old Indo-Aryan *nar-* ‘water’), and formed a net, ensnaring people.

Fire and water formed a divine unity, relating to both life and death in their cosmogonic opposition (cf. Indo-European **leibh-* ‘water, fluid’ but German *Leben* ‘life;’ Indo-European **eus-* ‘to burn’ but Old Indo-Aryan *as* ‘life’), which gave rise to the archaic distinction between good fire and good water, on the one hand, and bad fire and bad water, on the other; cf. Old Indo-Aryan *nar-* ‘water’ and Icelandic *nara* ‘life’ but German *Narr* ‘a fool.’ Good fire and good water gave life and purified, rejuvenating one and restoring their vitality; this fire and this water originated in the upper world; cf. Old English *swegle* ‘burning, fiery,’ *swegel* ‘the sun’ and Gothic *swikns* ‘clean’ (literally, purified by fire). Bad fire and bad water had their source in the lower world; cf. Latin *inferna* ‘hell, realm of shadows’ and Old Indo-Aryan *indu* ‘a drop of juice,’ where **erna* is the anagram of **nar-* ‘water.’ This fire and this water caused harm and inflicted death, tying up one’s vitality as one was locked in the flames of fire, or ensnared in the net of water; cf. German *Angst* ‘fear’ < Proto-Indo-European **angh-* ‘narrow, tight’ < **ag-*/**eg-* ‘fire,’ which evokes the image of a person locked tightly into the flames of the fire that grip and stifle, causing suffocation there is no escape from.

People, in archaic beliefs, populated the middle world, where the world tree grew, connecting the lower, middle, and upper worlds, as it had its roots in the Earth (dark blue) but stretched its branches to the Sky (light blue). The world tree stood for the Deity, and also symbolized the androgyne as the masculine and the feminine in their oneness; cf. the personification of trees in myth and archaic fairy-tales where trees walk, talk, etc., their branches are arms, and their roots are legs. Just as trees have their juices, humans were believed to have juices in their bodies, too. This being the case, the sadness designated by the word *săd* is an organismic state when one is full of bad juices that come from the Earth, from the lower world that the Earth encapsulates. This sadness is related to liquid and sound, and is the feminine. Its color is dark blue. Sadness is compression, as the liquids of one’s body thicken and clot. Sadness is an ecstatic state of mind, and is an altered state of consciousness wherein one feels heavy and dark.

This we believe might have been a point in the word *săd* replacing the word *unrōt* in the designation of sadness, as *săd* is self-contained in its motivation, while *unrōt* apparently is not. The word *unrōt* means ‘not in the state of joy of the religious rupture,’ i.e. ‘not in the process of worship at the sacred fire.’ Whereas *rōt* means one’s fullness with good fire, which is symbolic, *unrōt* as a derivative means that one is not full of good fire but the word does not specify exactly what element, substance, etc. one is full of, and thus the experience is ambiguous. The word *săd* must have come to deliver this specification, disambiguating one’s fullness in terms of bad water.

Conclusions. This paper has assumed that a change in the meaning, number, and configuration of words in a language results from a complex interplay of extra- and intralinguistic factors, and shown that etymological motivation of words is a potent factor causing this change, too. The ***prospect*** of this paper is a diachronic exploration of the other emotion concepts each manifested with different words in the history of English, e.g. the HAPPINESS concept and its names *sæl* (Old English) and *happiness* (Modern English through Middle English to *hæp* ‘luck, chance, hap, fortune’ in Old English), and of the emotion concepts manifested with words of the other languages of the world, with the understanding that each emotion concept has a unique historicity to it, put on record by distinct emotion names.

The exploration opens up onto unprecedented cross-linguistic parallels, drawing in cultures in their historical development, too, as the (Modern) German word *traurig* ‘sad,’ e.g., has the same inner form as the word *unrōt* ‘sad’ in (Old) English (the image of fire), while the (Modern) Ukrainian word *сумний* ‘sad’ – the same inner form as the word *săd* ‘sad’ > *sad* in (Middle > Modern) English (the image of water), to mention but a few.

Bibliography:

1. Ваховська О.В. Вербалізація концепту ГРІХ в англомовному дискурсі XIV–XXI століть: автореф. дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2011. 20 с.

2. Ваховська О.В. Знако-символічна природа слова як одиниці мовної картини світу: еволюційний аспект – постановка проблеми. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Том 34(73), № 4. С. 167–175. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.4/30

3. Ваховська О.В. (Не)Пропозиційна думка й мова: досвід дослідження архаїчних образів у сучасних словах. *Philological education and science: transformation and modern development vectors: Scientific*

monograph / А. Кринський. Полонійна академія в Ченстохові, Ченстохова; Рига, Латвія: Baltija Publishing, 2023. С. 1–44. https://doi.org/10.30525/978-9934-26-283-8-1

4. Жаботинська С.А. Семантика лінгвальних мереж у навчальному комбінаторному тезаурусі. *Studia Philologica. Філологічні студії*. 2019. № 13. P. 17–27. DOI: 10.28925/2311-2425.2019.13.3

5. Київський національний лінгвістичний університет. Захист дисертації Шкворченко Н.М. *Спеціалізовані вчені ради*. 5 травня 2023 р. https://knlu.edu.ua/?view=article&id=105:zdobuvachi-naukovykh-stupeniv-d-2605402&catid=46&highlight=WyJcdTA0NDhcdTA0M2FcdTA0MzJcdTA0M2VcdTA0NDBcdTA0NDdcdTA0MzVcdTA0M2RcdTA0M2FcdTA0M2UiXQ== (Referred to on October 24, 2023).

6. Корольова А.В. Когнітивна лінгвокомпаративістика: від реконструкції прамовних форм до реконструкції структур свідомості. *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*. 2014. № 17(2). С. 94–101.

7. Левицький В.В. Основи германістики. Вінниця: Нова книга, 2008.

8. Шевченко І.С. Еволюційні механізми когнітивної семантики. *Когніція, комунікація, дискурс*. 2016. № 13. С. 131–141. DOI: 10.26565/2218-2926-2016- 13-07

9. Chalmers D. The representational character of experience. *The future for philosophy* / B. Leiter. Oxford: Oxford University Press, 2004. P. 153–181. DOI: 10.1093/acprof:oso/9780195311105.003.0011

10. Feldman Barrett L. How emotions are made: the secret life of the brain. Boston, US: Mariner Books, 2017. 449 p.

11. Feldman Barrett L. How to understand emotions. *Huberman Lab Podcast*. October 16, 2023. https://www.hubermanlab.com/episode/dr-lisa-feldman-barrett-how-to-understand-emotions (Referred to on October 24, 2023).

12. Gebser J. The ever-present origin. Athens: Ohio University Press, 1986. 647 p.

13. Głaz A. Linguistic worldview(s): approaches and applications. Milton Park, Abingdon, Oxfordshire: Routledge Studies in Linguistics, 2022. 240 p.

14. Grace G.W. The linguistic construction of reality. Oxfordshire: Routledge Library Editions; Philosophy of Language, 1987. 160 p.

15. Humboldt W. von. Über die Verschiedenheit des menschlichen Sprachbaues und ihren Einfluss auf die geistige Entwicklung des Menschengeschlechts. Berlin: F. Dümmler, 1836. 540 S.

16. Jung C. Archetypes and the collective unconscious. *Collected works of C.G. Jung*, volume 9, part 1 / G. Adler, R.F.C. Hull. Princeton: Princeton University Press, 1981. 480 p.

17. Kanungo R., Lambert W.E. Semantic satiation and meaningfulness. *The American Journal of Psychology*. 1963. vol. 76, № 3. P. 421–428. PMID: 13962281.

18. Kaup B., Ulrich R., Bausenhart K.M., Bryce D., Butz M., Dignath D., Dudschig C., Franz V.H., Friedrich C., Gawrilow C., Heller J., Huff M., Hütter M., Janczyk M., Leuthold H., Mallot H., Nürk H.-Ch., Ramscar M., Said N., Svaldi J., Wong H.Y. Modal and amodal cognition: an overarching principle in various domains of psychology. Tübingen, Germany: University of Tübingen, 2022. 46 p. DOI: 10.31234/osf.io/fz85n

19. Kosslyn S.M., Thompson W.L., Ganis G. The case for mental imagery. Oxford: OUP, 2006. 260 p. DOI: 10.1093/acprof:oso/ 9780195179088.001.0001

20. Kövecses Z. Metaphor: a practical introduction. Oxford: Oxford University Press, 2002. 375 p.

21. Middle English Compendium. *The University of Michigan*. https://quod.lib.umich.edu/m/middle-english-dictionary (Referred to on October 24, 2023).

22. Minsky M. The emotion machine: commonsense thinking, artificial intelligence, and the future of the human mind. New York: Simon and Schuster, 2007. 400 p.

23. Plamper J. The history of emotions: an introduction. Oxford: OUP, 2015. 352 p.

24. Sperber H. Einführung in die Bedeutungslehre. Bonn, Leipzig: Dümmler, 1923. 109 S.

25. Sullivan E. Beyond melancholy: sadness and selfhood in Renaissance England. Oxford: OUP, 2016. 242 p.

26. Ullmann St. Semantics. Oxford: Blackwell, 1964. 296 p.

27. Vakhovska O.V. A cognitive linguistic perspective on first-person verbal report on emotion experience. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання»*. 2017. № 85. P. 72–80. https://doi.org/10.26565/2227-8877-2017-85-10

28. Vakhovska O.V. Emotions and the archaic consciousness of man: a diachronic semantic reconstruction of emotion names in English. *Amazonia Investiga*. 2023. (To appear).

29. Vakhovska O.V. Interpretation in translation as a word-image metamorphosis. *Proceedings of the International scientific conference "Philological sciences and translation studies: European potential"* (November 3–4, 2022). Polonia University in Częstochowa; Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2022. P. 235–238. https://doi.org/10.30525/978-9934-26-261-6-58

30. Vakhovska O.V. Metaphor in first-person verbal report on emotion experience of depression. MSc thesis in Cognitive Science. Osnabrück: Osnabrück University, 2017. 154 p.

31. Vakhovska O.V. Metaphors of depressive emotions in psychopathological discourse: a cognitive linguistic analysis. *Cognition, Communication, Discourse*. 2017. № 14. P. 86–97. DOI: 10.26565/2218-2926-2017-14-08

32. Vakhovska O.V. Metaphors of emotions: towards a data-driven formalization. *Вісник КНЛУ. Серія »Філологія».* 2021. № 24(1). P. 33–48. DOI: 10.32589/2311-0821.24%20(1).2021.236030

33. Vakhovska O.V. Must the pot of seven holes be a translation theorist's riddle? *KELM Knowledge, Education, Law, Management*. 2022. № 4(48). P. 117–125. https://doi.org/10.51647/kelm.2022.4.19

34. Vakhovska O.V. Subjectivity in metaphor translation: a case for Russian translation of English metaphors of depressive emotions. *Cognition, Communication, Discourse*. 2021. № 23. P. 99–117. https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-07

35. Vakhovska O.V. The sin of the translator: on words and mental images in translation. *Amazonia Investiga*. 2022. № 11(54). P. 178–188. https://doi.org/10.34069/AI/2022.54.06.17

36. Vakhovska O.V. Words and worldviews: on the issue of etymological interpretation. *Філологічні науки та перекладознавство: європейський потенціал*: матеріали міжнародної наукової конференції, м. Влоцлавек, Республіка Польща, 6–7 вересня 2023 р. Влоцлавек: Куявський університет у Влоцлавеку, 2023. С. 137–140. https://doi.org/10.30525/978-9934-26-348-4-36

37. Vakhovska O.V., Borozenets A.R. Emotions and the archaic consciousness of man: a diachronic semantic reconstruction of emotion names in Ukrainian. *Modern Ukrainian linguospace: ethnomental, axiological, pragmatic aspects: Scientific monograph* / Р. Дьякон, О.П. Кушлик; Вища школа менеджменту інформаційних систем (ISMA) (м. Рига, Латвія), Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка (м. Дрогобич, Україна). Рига, Латвія: Baltija Publishing, 2024. (To appear).

38. Vasko R.V. Semiotic and culturological passportization of numeric phraseosymbols. *Logos*. 2019. № 98. P. 94–103. https://doi.org/10.24101/logos.2019.10

39. Vasko R.V., Korolyova A.V., Pakholok Z.O., Korolyov I.R. Logic and semiotic passportization of numbers in different cultures. *Journal of History, Culture and Art Research*. 2020. № 9(3). P. 277–287. doi:http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v9i3.2702

40. Vries J. Altnordisches etymologisches Wörterbuch. Leiden: E.J. Brill, 1962. 689 S.

41. Watt Smith T. The book of human emotions: from ambiguphobia to umpty – 154 words from around the world for how we feel. New York, US: Little, Brown Spark, 2016. 336 p.

42. Watt Smith T. The history of human emotions. *TED@Merck KGaA, Darmstadt, Germany*. November 2017. https://www.ted.com/talks/tiffany_watt_smith_the_history_of_human_emotions (Referred to on October 24, 2023).

43. Wundt W. Völkerpsychologie. 1. Bd. Die Sprache. Leipzig, 1904. 694 S.

Ваховська О. В. ЯК АНГЛІЙСЬКА МОВА ЗМІНИЛА СВОЄ БАЧЕННЯ СУМУ: ОСМИСЛЕННЯ ЕМОЦІЇ СУМУ В ДІАХРОНІЇ

У статті показано, як в історії англійської мови нове слово sǎd (слово середньоанглійської мови) замінило собою старе слово unrōt (слово давньоанглійської мови), при тому, що обидва слова мали один і той самий референт – кваліа суму, що його відчуває людина як суб'єктивний емоційний досвід. У статті зроблено припущення, що слово unrōt зі значенням 'сумний' поступово етимологічно демотивувалося в процесі тривалого використання цього слова носіями англійської мови, що в особливому поєднанні зовнішньо- та внутрішньолінгвістичних факторів стало однією з причин того, що слово unrōt остаточно втратило свою експресивність і зникло з англійської мови. Слово sǎd, початковим значенням якого було 'ситий, наповнений; задоволений' (sæd в давньоанглійській мові), зазнало семантичної зміни, в результаті якої це слово розвинуло своє нове значення 'сумний,' й виявилося більш емотивним, ніж слово unrōt, в якості найменування для суб'єктивного досвіду емоції суму, що його відчували носії англійської мови. Так, слово sǎd зайняло місце слова unrōt в англійській мові, що означало якісно інший суб'єктивний досвід суму як такий, й стало причиною такого іншого досвіду, адже разом зі зміною слова відбулася зміна в англійській мовній картині світу, за якої носії англійської мови почали розуміти, відчувати і 'бачити' сум по-іншому.

Етимологічні мотиви, кожен з яких у свій час відповідно мотивував виникнення в англійській мові слів unrōt і sǎd в осібній зовнішній формі цих слів, у статті реконструйовані в якості внутрішніх форм цих слів й показані як архаїчні образи вогню (слово unrōt) і води (слово sǎd) шляхом діахронічної семантичної реконструкції, яка включала етимологічний аналіз цих слів й їхню керовану ментальними образами етимологічну інтерпретацію. Вогонь (червоний колір, чоловічий символ) і вода (синій колір, жіночий символ) постали тими двома образами, в термінах яких носіям англійської мови протягом історії розвитку мовної спільноти трапилося осмислити емоцію суму. Це осмислення було підказано архетипами колективного несвідомого, характерними трансформаціями яких у свідомості й є образи вогню і води, а також скеровано соціокультурною динамікою, показною саме для цієї мовної спільноти.

Ключові слова: *внутрішня форма слова, діахронічна семантична реконструкція, емоція, етимологічна інтерпретація, значення, картина світу, ментальний образ, мовна зміна, слово, смисл.*

УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА

УДК 801.731
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/26

Погребенник В. Ф.
Український державний університет імені Михайла Драгоманова

РОДИННА Й ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНА ІСТОРІЯ У ТВОРЧОСТІ ПРЕДСТАВНИКІВ «ЖИТОМИРСЬКОЇ ПРОЗОВОЇ ШКОЛИ»

Статтю присвячено з'ясуванню особливостей художнього відображення родинної й регіональної історії у творчості представників «житомирської прозової школи» В'ячеслава Медвідя й Володимира Даниленка. З'ясовано, що вони творять цілісний, самодостатній, розгалужений у часі й локальний просторово-художній світ із різними варіантами родинного, регіонального й національного міфів. До порівняльного контексту залучено аналіз творів В. Медвідя «Кров по соломі» та В. Даниленка зі збірки «Грози над Туровцем», «Сповідь джури Самойловича».

Наголошено, що «Кров по соломі» не є історичним романом із реальними історичними персонажами та важливими подіями. Водночас аналіз життя села дає змогу вгадати певний період в історії України XX століття, його вплив на долі персонажів та їх внутрішній світ. Це дало змогу В. Медвідю апелювати до сучасності, виокремити сутність нагальних проблем сьогодення, окреслити суспільні й національні загрози та перспективи.

Зазначено, що В. Даниленко теж створює регіональний і родинний міф («Грози над Туровцем»), актуалізує мотиви трансляції життєвої мудрості та родинної турботи й любові. Письменник прагне осмислити роль історичної персоналії в знакових подіях минулого («Сповідь джури Самойловича»).

У результаті проведеного порівняльно-зіставного аналізу прози двох авторів узагальнено, що представники «житомирської прозової школи» прагнуть створити регіональний історіософський міф, що ґрунтується на родинній історії з апелюванням до загальноукраїнської історії. Індивідуальна специфіка пов'язана передусім зі стильовими особливостями творів і їхньої нарації (репрезентація подій і характеристика персонажів через «голоси», ослаблена сюжетність у В. Медвідя й більш традиційні сюжет та нарація у В. Даниленка, що ґрунтуються на подієвості й причинно-наслідкових зв'язках).

Ключові слова: *жанр, постмодернізм, Володимир Даниленко, В'ячеслав Медвідь, стиль, проза, житомирська прозова школа.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі суспільно-історичного розвитку гостро постає необхідність захисту українцями власної етнічної ідентичності, матеріальних і духовних культурних здобутків. Це стосується як загальнонаціонального аспекту, так і його складових – регіональних феноменів, які, підкреслюючи самобутність культури певного регіону, водночас сприяють формуванню єдиної цілісної картини українського матеріального й духовного життя попередніх, сучасних і прийдешніх поколінь. Усі ці аспекти набули відображення не лише в історичних, географічних, етнографічних наукових працях, а й у художній літературі, яка, як форма суспільство й людинознавства, репрезентує особливості певної історичної епохи, етнографічного регіону, а також світогляд і світовідчуття людини в цих умовах. Це детерміновано потребою в осмисленні власного сьогодення через рефлексію над подіями минувшини як у загальноукраїнському, так і регіональному, родинному чи особистісному вимірах.

У сучасних літературних творах подекуди спостерігаємо поєднання різних часових і просторових площин, їх зміщення й комбінування, що пов'язано насамперед із розвитком постмодернізму як мистецької системи. Відповідно, письменники застосовують «прийоми, ходи, техніку письма, які б об'єднали минуле з сьогоденням. У постмодерних творах історичні пласти й події змішуються та не розмежовуються: людина не

може втекти від своєї природи, від себе, а історія завжди повторюється, розвивається спіралеподібно» [7].

Саме в епоху постмодернізму сформувалась і функціонує «житомирська прозова школа», кожен із представників якої творить свій цілісний, самодостатній, розгалужений у часі й локальний просторово-художній світ, у якому втілює різні варіанти родинного, регіонального й національного міфу, проаналізувати основні складники якого дасть змогу порівняльно-зіставний аналіз творчості представників цього мистецького феномену, зокрема В'ячеслава Медвідя і Володимира Даниленка.

Аналіз останніх публікацій. Варто зазначити, що творчість митців «житомирської прозової школи» на сьогодні недостатньо повно потлумачена літературознавцями: загальні аспекти функціювання цього мистецького феномену визначили П. Білоус, В. Даниленко, О. Юрчук; оповідання й повісті Володимира Даниленка стали предметом дослідження О. Федосій (жанрово-стильові модифікації малої прози митця), О. Новик (у контексті національної міфотворчості), М. Лаврусенко (у руслі функціювання національних архетипів), О. Вещикової, Н. Яблонської (у межах розвитку постмодернізму в українській літературі).

Специфіка нарації й мовно-стилістичні особливості творів В'ячеслава Медвідя стали предметом уваги Я. Голобородька, Р. Харчук, І. Бондаря-Терещенка, Т. Гундорової. До проблемно-тематичних аспектів й сюжетно-композиційної специфіки творчості митця зверталися М. Васьків, С. Квіт. Відповідно, постає необхідність у порівняльно-зіставних студіях для формулювання загального уявлення про моделювання родинної й регіональної історії у творчості представників «житомирської прозової школи», а також визначення особливостей, притаманних кожному з її представників.

Мета статті – з'ясувати особливості художнього відображення родинної й регіональної історії у творчості представників «житомирської прозової школи» (на матеріалі творів В'ячеслава Медвідя й Володимира Даниленка).

Виклад основного матеріалу. В'ячеслав Медвідь вважає себе продовжувачем традицій класичної української літератури XIX – поч. XX ст., яка відтворювала органічний світ української культури – селянський, сільський, а водночас актуалізувала ключові проблеми буття українського народу загалом і кожної окремої людини зокрема. У своєму інтерв'ю В'ячеслав Медвідь задекларував прихильність до епічності як обов'язкової ознаки великої прози, а ще висловив прагнення створити сімейну хроніку [2]. Згодом він зізнався, що написати її не вдалося, пов'язуючи це з браком знань про власну родину і життя попередніх поколінь, а також із особливостями власної творчої манери: «Я володію фрагментарними митями з родової, родинної історії. Хіба що мамині писемні спомини подарували цілісний пласт, та все ж на родинну сагу я так і не спромігся. Адже це певною мірою проблема сюжетності, хронікальної оповідності, а з цим у мене… проблема» [1].

Справді, сприйняття літературних текстів В'ячеслава Медвідя, аналіз змістових аспектів окремих його творів, зокрема роману «Кров по соломі» [7], ускладнені авторською наративною стилістикою: «голоси» персонажів, часто неназваних, розповідають свої історії, їхні монологи переходять у діалоги, кожен голос продовжує через певний проміжок часу власну «партію» [1]. Читачу подекуди складно відчути межі, зрозуміти, де закінчується «звучання» одного «голосу» й починається інший. У досліджуваному творі В'ячеслава Медвідя сюжет подано через монологи й діалоги нараторів, що репрезентують передусім мешканців малої вітчизни митця – села Кодня (історичне місце польської розправи з гайдамаками після придушення Коліївщини) на Житомирщині, творячи єдину цілісну тканину ментальності мешканців Правобережного Полісся, формують комплексне, повне уявлення про події нашої минувшини. М. Васьків наголошує, що це не просто розмови, в яких ідеться про проблеми чи характери, так автор подає цілу низку подій, історій, розповідей, із яких проблеми і людські характери постають «за дотичною», так само постає й історія українського села XX століття – через десятки окремих людських доль [1].

Підказкою для прочитання й певним кодом для розуміння змісту є заголовок роману «Кров по соломі», що вказує на кровопролиття, яке ототожнюється зі злочином чи жертвою, а також на селянство як на центральний образ твору, адже саме з ним асоціюється лексема «солома». У цьому контексті варто зазначити, що історичною й метафоричною основою роману В'ячеслава Медвідя став гріх села перед хутором: під час Другої світової війни гітлерівці спалили хутір і розстріляли всіх мешканців, адже староста села сказав, що німець був убитий не в селі, а десь там, далі. З усіх мешканців врятувалася лише Марта з чужими дітьми, адже їх не було на хуторі в цей час.

Аналізуючи сюжетно-композиційні особливості роману «Кров по соломі», С. Квіт наголошував, що він лише на перший погляд сприймається як велетенський безсюжетний масив. Насправді автор чітко дотримувався сюжетних ліній, хоч і за повної відсутності власних ремарок [5]. Саме з образом Марти і пов'язана одна із основних сюжетних ліній роману: сусід убив її чоловіка за коня, який перейшов межу, за що сусіда вислали до Сибіру. Згодом він повертається, а до цього Марта виховує дітей вбивці свого чоловіка, ще й єврейську дівчинку, живе на хуторі сама, стає охоронницею хати. Фактично своєю поведінкою вона демонструє життєву модель спротиву не лише селу, яке відчуває свою провину за все, що сталося, а й усьому світові.

Друга сюжетна лінія пов'язана з бабою Богинькою, яка є сполучною ланкою між селом і хутором, а також сином старости Юрком Більмовичем. Їхні діалоги й монологи несуть суттєве філософічне навантаження в романі «Кров по соломі». Дотичними до цієї є сюжетні лінії, пов'язані зі з'ясуванням стосунків Юрка з батьком, який відбув покарання в таборах за те, що був старостою і грав на бандурі, а також із взаєминами Юрка і Світлани, які можна вважати несправдженим коханням: у родині Світлани сини, дочки й зяті вбили батька («Але як таких діток мав. Вони батькові на городі смерть заподіяли. Еге, кажіть тепер, що на вила нахромився. А три ножаки в живіт не хочеш!» [7, с. 43]). Вбивство залишилося нерозкритим, проте Юрко знає, що відомо Світлані. Це проблема приховування злочину, який став між героями роману й завадив розвитку їхніх стосунків. Звісно, сюжетних ліній і зображених людських доль значно більше, деякі з них епізодичні, тобто вони з'являються і зникають, виконавши свою «партію».

Загалом, аналізуючи тематику творів В'ячеслава Медвідя, В. Панченко зазначав: «У творах цього прозаїка не знайти напружених, гострих фабул; його більше цікавить звичайнісінький життєвий плин, пригоди почуттів, що зринають з глибини зовні малозначущих подій. Внутрішня напруга ситуацій, «коли нічого не відбувається», – ось джерело новелістичних сюжетів В. Медведя. … Чи не головний герой прози В. Медведя – сільський «мир», живе різноголосся якого прагне відбити в слові автор. Він нічого не приховує: не лукавлячи, зізнається, що той «мир» – це село Кодня, що на Житомирщині» [9, с. 144].

У цьому контексті важливо наголосити, що твір В'ячеслава Медвідя «Кров по соломі» не є історичним романом у класичному розумінні, адже тут немає реальних історичних персонажів, відсутнє відтворення якихось важливих подій, навіть називання їх. Водночас аналіз життя села загалом і кожного його мешканця зокрема, дають змогу вгадувати певні періоди чи події в історії України XX століття, які позначаються на долях персонажів, на їхньому повсякденні, діяльності, а головне – на внутрішньому світі, роздумах, уявленнях про добро і зло тощо. Наприклад: «Старший од Гандрея хлопчик згадав і собі щось: «Баба Марценька лякала, що як підуть у голгосп, то чортові душу запродадуть, і ми з мамою плакали» [7, с. 38].

Фактично через життєві долі людей автор створює українську історію XX століття в загальнонаціональному й регіональному контекстах, характеризує культуру, ментальність, ціннісно-світоглядні орієнтири нашого народу. Важливо, що автор намагається уникати прямолінійності, а також однозначності, категоричності, його творам притаманні притчевість, параболічність, що спонукає читачів до роздумів і власних висновків. Звернення до історико-суспільного контексту XXI століття дало змогу В'ячеславу Медвідю апелювати до сучасності, тобто через минуле усієї України чи певного регіону виокремити сутність нагальних проблем сьогодення, окреслити суспільні й національні загрози та перспективи. Наприклад, автор порушує проблему втрати певної культурної ідентичності з відходом старшого покоління: «бо стрічається цей-го бабський світ, і рідко яка зовстолітня жінка отеплить ізмерклим зором на твоє старання призбирувати закушпеленими дорогами й вуличками кізяки кінські і з добрістю виповість й не до тебе нагнутого, а тако десь у світ про задавнений звичай мастіння долівки» [7, с. 402].

Подібні фрагменти дають підстави констатувати, що письменник не просто подає виклад подій, а пропонує власну історіософську концепцію щоденної екзистенції української людини, яка ґрунтується на ідеї, що український світ, селянський, сільський за своєю природою, був цілісним, органічним і непорушним навіть під натиском нацистської й радянської державно-ідеологічних машин. Основою цього світу є родина, рід, що переростає в територіальну громаду й усвідомлює себе єдністю. Відповідно, уся сукупність подій, образів і характерів, створених автором у літературному творі, відтворює цей світ, дає змогу уявити й осмислити життя населення певного історико-географічного регіону, населеного пункту в умовах трагічних подій XX століття.

Володимир Даниленко, як представник «житомирської прозової школи», теж вдається до творення регіонального й родинного міфу, зокрема в збірці «Грози над Туровцем» [4] (до неї увійшли роман «Клітка для Вивільги», повість «Сповідь джури Самойловича» та вісім оповідань, передостаннє з яких дало назву книзі). Як зазначає О. Новик, усі твори, що вміщені в збірці, об'єднані художнім топосом та авторською художньо-ідейною концепцією – прагненням створити міфологізовану історію Туровця, що складається з історій окремих родів і мешканців Східної Волині від XVII до другої половини XX ст. [8]. На відміну від В'ячеслава Медвідя, Володимир Даниленко продукує літературні твори з більш традиційним сюжетом, який ґрунтується на подієвості й причинно-наслідкових зв'язках між подіями, і нарацією, адже в досліджуваних творах наратор або ж третьоособовий, або ж хтось із героїв (у повісті «Сповідь джури Самойловича» це 85-річний чоловік Юрій Великоборець, колишній зброєносець гетьмана Івана Самойловича; в оповіданнях «Крик гриба», «Ноги поліського злодія» це хлопчик-онук).

Окрім того, творячи власну національну історіософську концепцію, письменник охоплює дещо ширші, порівняно з твором В'ячеслава Медвідя, хронологічні межі, адже, наприклад, у повісті «Сповідь джури Самойловича», події охоплюють часовий проміжок від XVII до другої половини XX ст., тобто від доби Руїни до «брежнєвського застою», а в оповіданні «Стигми преподобного Маська» розповідається про історію роду Мацьківських від гайдамацького повстання до сьогодення.

Ключ до тлумачення історіософської концепції Володимира Даниленка прихований вже в підзаголовку – «родинні хроніки». У збірці історію України репрезентовано через історію й сучасність українських родів з їхніми вадами, здобутками й дивацтвами. Автор зазначає, що національна історія розпочинається з історії роду, оскільки «кожен український рід – це сконцентрована в біографіях генетично близьких людей історія країни» [4]. Вустами наратора Юрія Великоборця він виголошує, що завдання кожного громадянина – виховання своїх дітей як достойних громадян: «… єдиним виправданим заняттям є народження і виховання дітей, розумних, чесних, вірних своїй землі, які б дочекалися слушного моменту, щоб скористатися ним краще, ніж це вдалося їхнім батькам і дідам» [4, с. 24].

Митець демонструє, як від одного покоління роду до іншого передаються вади характеру й погана вдача (у повісті «Сповідь джури Самойловича» нащадки Кушніра, який вбив тура, приречені успадковувати його «темну душу») або чесноти (сільський священник Мацьківський в оповіданні «Стигми преподобного Маська» розповідає як його далекий предок, переживши гайдамацьке повстання, із католицизму перейшов у православ'я, проте його рід не зрікся свого польського походження). Окрім того, Володимир Даниленко в збірці «Грози над Туровцем» актуалізує мотив трансляції життєвої мудрості від старшого покоління до молодшого, мотив родинної турботи й любові (оповідання «Грози над Туровцем», «Крик гриба», «Ноги поліського злодія»).

Варто констатувати, що, на відміну від В'ячеслава Медвідя, Володимир Даниленко прагне осмислити й роль історичної персоналії в знакових подіях минулого, з цією метою він звертається в повісті «Сповідь джури Самойловича» до образів українських гетьманів Івана Самойловича й Івана Мазепи: «Вже тоді мене дивувало, як легко наші гетьмани торгують волею всього краю в обмін на владу. Щоб утримати в останній рік гетьманську булаву, Самойлович зрікся на користь Москви церковної автокефалії, а Мазепа, щоб стати гетьманом, підписав Коломацькі статті, в яких зобов'язався сприяти змішуванню шлюбів між козаками та московитами» [2, с. 17–18]. Отже, звернення до конкретних персоналій і фактів дає змогу письменнику вийти на рівень широких узагальнень [4], стимулювати читача до роздумів над історією й сучасністю власної держави.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Порівняльно-зіставний аналіз прози В'ячеслава Медвідя (роман «Кров по соломі») і Володимира Даниленка (збірка «Грози над Туровцем») дав підстави констатувати, що представники «житомирської прозової школи» прагнуть створити регіональний історіософський міф, що ґрунтується на родинній історії з апелюванням до загальноукраїнської історії. Індивідуальна специфіка пов'язана передусім зі стильовими особливостями творів і їхньої нарації (репрезентація подій і характеристика персонажів через «голоси», ослаблена сюжетність у В'ячеслава Медвідя й більш традиційні сюжет та нарація у Володимира Даниленка, що ґрунтуються на подієвості й причинно-наслідкових зв'язках). Окрім того, у Володимира Даниленка, окрім історії XX ст., спостережено звернення й до історії доби козацтва й гайдамацтва, які є основою для осмислення сучасності й широких узагальнень, а у В'ячеслава Медвідя хронологія обмежена

подіями ХХ ст. Серцевиною української нації, ментальності, культури, обов'язковою умовою для буття українства В'ячеслав Медвідь і Володимир Даниленко вважають село, основою якого є родина, рід, між поколіннями якої передається народна мудрість, досвід, вади й чесноти.

Перспективи подальших досліджень полягають у розширенні джерельної бази за рахунок аналізу літературних творів інших представників «житомирської прозової школи» для комплексної характеристики їхньої історіософської концепції.

Список літератури:

1. «Не виставляю своїх долонь для ворожіння» : інтерв'ю М. Славинського з В. Медвідем. Київ. 2016. № 7–8. С. 131–139.
2. Васьків М. Творчість В'ячеслава Медвідя як родинно-родова історія України. Збірник наукових праць (філологічні науки). Київський університет імені Бориса Грінченка. 2018. № 11. С. 8–13.
3. Всесвіт самотності: інтерв'ю О. Сопронюка з В. Медвідем. Слово. 1993. Ч. 7 (74).
4. Гудована Н. Історіософські ідеї у повісті Володимира Даниленка «Сповідь джури Самойловича». Scientific horizon in the context of social crises 2020. June 6 – 8. URL: https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/ article/view/3482. (дата звернення: 12.08.2023).
5. Даниленко В. Грози над Туровцем: Родинні хроніки. Львів: Піраміда, 2014. 370 с.
6. Квіт С. В'ячеслав Медвідь і його роман «Кров по соломі». Медвідь В. Кров по соломі. Роман. Львів: Кальварія, 2001. С. 3–12.
7. Медвідь В. Кров по соломі. Роман. Львів: Кальварія, 2001. 400 с.
8. Мельникова К. Поетика постмодернізму в романі Джона Фаулза «Жінка французького лейтенанта». URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/51024/1/ Мельникова%20%20КС_Тези.pdf.
9. Новик О. Етнообрази у книзі Володимира Даниленка «Грози над Туровцем: Родинні хроніки». Studia Methodologica. Тернопіль: ТНПУ, 2015. Т. 40. С. 130–135.
10. Панченко В. Віч-на-віч з епохою: літературно-критичний нарис. Київ: Радянський письменник, 1987. 246 с.

Pohrebennyk V. F. FAMILY AND GENERAL NATIONAL HISTORY IN THE CREATIVITY OF THE REPRESENTATIVES OF THE ZHYTOMYR PROSE SCHOOL

The article is devoted to clarifying the peculiarities of the artistic reflection of family and regional history in the work of representatives of the "Zhytomyr prose school" V. Medvid and V. Danylenko. It was found that they create a complete, self-sufficient, branched in time and local spatial and artistic world with different versions of family, regional and national myths. The analysis of the works of V. Medvid "Blood on straw" and V. Danylenko from the collection "Storms over Turovets", "Confession of Jury Samoilovych" is included in the comparative context.

It is emphasized that "Blood on straw" is not a historical novel with real historical characters and important events. At the same time, the analysis of village life makes it possible to guess a certain period in the history of Ukraine of the 20th century, its influence on the destinies of the characters and their inner world. This made it possible for V. Medvid to appeal to modernity, to single out the essence of the urgent problems of today, to outline social and national threats and prospects.

It is noted that V. Danylenko also creates a regional and family myth ("Storms over Turovets"), actualizes the motives of broadcasting life wisdom and family care and love. The writer seeks to understand the role of historical figures in significant events of the past ("Confession of Jury Samoilovych").

As a result of the comparative and comparative analysis of the prose of the two authors, it is summarized that the representatives of the «Zhytomyr prose school» strive to create a regional historiosophical myth based on family history with an appeal to all-Ukrainian history. Individual specificity is primarily related to the stylistic features of the works and their narration (representation of events and characterization of characters through "voices", weakened plot in V. Medvid and more traditional plot and narration in V. Danylenko, which are based on events and cause-and-effect sounds tongues).

Key words: *genre, postmodernism, V. Danylenko, V. Medvid, style, prose, Zhytomyr prose school.*

УДК 821.161.2-4-83Кралюк(072)
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/27

Шевченко Т. М.
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ПОРТРЕТНИЙ ЕСЕЙ «ІВАН КОТЛЯРЕВСЬКИЙ: МІЖ ІМПЕРІЄЮ ТА УКРАЇНОЮ» І ПОРТРЕТНИЙ НАРИС «ТАЄМНИЙ АГЕНТ МИКОЛА ГОГОЛЬ» ПЕТРА КРАЛЮКА: ДИСКУРС КРІЗЬ ПРИЗМУ ДІАЛОГІЧНОСТІ

У статті проаналізовано портретний есей «Таємний агент Микола Гоголь» і портретний нарис «Іван Котляревський: між імперією та Україною» Петра Кралюка на рівні персонаж / персонаж і на рівні персонаж / автор. Окремим учасником цього «діалогу» виступає сам письменник, історик і філософ за фахом, белетрист і есеїст за покликанням, який створює авторські твори-портрети двох видатних українців-літераторів, намагається збагнути специфіку їх свідомості в непростих умовах буття в імперській Україні початку-середини XIX століття. Звертається увага на той факт, що названі твори є частиною мегатексту Петра Кралюка, уся творчість якого присвячена певним постатям української історії, що реінтерпретовані в белетризований, есеїстичний, науково-популярний спосіб. Доводиться, що тексти, винесені в заголовок статті, являють собою своєрідний діалог двох українців Івана Котляревського і Миколи Гоголя – творчих особистостей, котрі опинилися в ситуації непростого вибору через політичні обмеження, і чинники їх самоідентифікації здійснювалися з огляду на власні можливості, прагнення, цінності і життєві обставини. Разом з тим, автор есею й нарису у своєрідний спосіб вступає в діалог з ними обома, пропонуючи своє бачення обставин здійсненого ними вибору, до-осмислюючи чи переосмислюючи відомі факти минулого, якими він володіє. Це дає підстави стверджувати, що діалогічність як художня практика Петра Кралюка, письменника та історика, есеїста і документаліста, стає інструментом текстової організації названих творів. Автор багато приділив уваги сучасній інтерпретації відомих постатей минулого з огляду на процеси постмодерну, запропонувавши власний варіант їх місця і ролі в історії та літературному процесі, вступивши з ними у своєрідний творчий діалог і залучивши до цього діалогу сучасного читача.

Ключові слова: *діалог, Петро Кралюк, Микола Гоголь, Іван Котляревський, есей, нарис, постмодерн, жанр, мегатекст, самоідентифікація.*

Постановка проблеми. Численні варіації есеїстичної творчості сучасності спонукають до дедалі глибшого осмислення цього виду художніх практик. Есей, який сам собі слабко вписується в різноманітні класифікації і реєстри, легко долає межі впливу, часто займаючи проміжні позиції у словесності. Ідеться про твори, царина побутування яких виходить винятково за межі літературної творчості і проникає в інші гуманітарні дискурси, тим самим заповнюючи певні лакуни, стаючи підґрунтям загальнофілософських рефлексій, що властиво епосі постмодерну. Тож есеї, створені літераторами, котрі активно працюють і в інших галузях гуманітаристики, наприклад, філософії, соціології, культурології, історії, викликають особливий інтерес, прикметний і з наукового погляду. Саме такими є портретні нариси та есеї Петра Кралюка – письменника, науковця, автора численних праць з історії, філософії, політології, літературознавства. Науковий ступінь доктора філософських наук не став на заваді особистих захоплень автора літературою, наслідком чого стала серія історичних романів митця, зокрема «Шестиднев або Корона дому Острозьких», «Княжими шляхами Волині. Віднайдення раю», «Сильні та одинокі», «Блага вість од княгині Жеславської. Історія Пересопницького Євангелія», «Данило Острозький: образ, гаптований бісером» тощо. Окремий пласт літературних зацікавлень Петра Кралюка – есеїстика та нарисистика, яку складно унаслідити до якоїсь однієї галузі гуманітарного знання. Есеї-портрети і нариси-портрети Петра Кралюка, присвячені видатним діячам минулого, неабияк цікаві і прихильникам сучасної української літератури, і представникам критики і літературознавства, і культурологам, і історикам також. Ідеться про твори «Таємний агент Микола Гоголь», «Іван Кот-

ляревський: між імперією та Україною», «Тарас Шевченко: незауважене» тощо. У творчому доробку Петра Кралюка мають місце і есеї, присвячені історичним діячам, цікаві літературними засобами їх утілення: Ярославу Мудрому, Богдану Хмельницькому, Мелетію Смотрицькому, Володимиру Васильковичу тощо. Цілком очевидно, що портретування є наочною прикметою ідіостилю Петра Кралюка, реалізованого чи то у власне літературний, чи то есеїстичний (з пануванням рефлексивних практик), чи документально-нарисовий спосіб. Відтак «творчі біографії», «романи-реконструкції», «ретроромани», «белетризовані біографії», біографічні есеї є частиною мегатексту Петра Кралюка про роль особистості в українській історії, котрий проявляється в різних з жанрового погляду творах, однак із використанням близьких чи тотожних художніх технік і практик. Одними з них є діалогічні практики, аналізу яких ми і присвячуємо чинну статтю.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Творчість Петра Кралюка тільки-но стає предметом системного наукового осмислення в літературознавстві. Між тим праці П. Білоуса, Г. Насмінчук, І. Приліпко, Р. Харчук, А. Чмиря, О. Мізінкіної, О. Глотова [3] розширюють горизонт наукового сприйняття творів волинського історика і письменника. Проте поодинокі відгуки та рецензії дослідників не створюють цілісного уявлення про творчість цього автора, тож чинна стаття покликана розширити це поле літературно-критичної оцінки.

Прийоми діалогічності в літературі вивчаються здавна. Праці М. Бахтіна, В. Фащенка, Н. Шляхової, Н. Малютіної, Н. Астрахан, Л. Мацевко-Бекерської, Н. Шумило[4] вже давно стали класикою літературознавства. Зокрема, Н. Шляхова досліджувала природу діалогічних відносин між текстом як предмет пізнання і контекст осмислення, у якому проявляється роль «третього» – своєрідного «нададресата, який нібито володіє істиною з відстані часу» [4, с. 7]. Разом з тим, викликають інтерес і новітні підходи до розуміння ведення діалогу в митців. Так, на думку О. Анхим, доцільно говорити про інтерсуб'єктний та міжтекстовий діалоги як основу будь-якого літературного твору. Дослідник вважає, що «дослідження діалогічності на рівні автор / автор виводить діалогічне розуміння творчості на принципово інший, вищий щабель, де роль «Іншого» приймає на себе об'єктивований текстом суб'єкт, що, зрештою, розширює можливості інтерпретації тексту» [1, с. 120].

Метою статті є аналіз прийомів портретування в контексті діалогічності у творах «Темний агент Микола Гоголь» та «Іван Котляревський: між імперією та Україною». Перший твір ми позиціонуємо як портретний есей, другий – як портретний нарис. На нашу думку, у першому тексті автор менше апелює до документальних джерел і фактів, залишаючи місце власній інтерпретації подій, залучаючи читача до цієї співтворчості. Тоді як у другому творі документальний складник є більш виваженим, у ньому автор, інтерпретуючи ті чи ті факти минулого, спирається винятково на них і лише на їх підставі задає вектор для до-осмислення, тоді як перший текст значною мірою побудований на підґрунті авторських припущень, імовірних дій. У цьому сенсі нам близькі ідеї С. Остапенка: «В есе функціональне навантаження художньо-естетичного компонента є значно більшим, порівняно з нарисом. Звідси – ще декілька принципових відмінностей нарису від есе… Важливим жанротворчим чинником у цих жанрових формах є смислотворча активність автора й читача. У *нарисі* читач прагне до *розуміння*, оскільки публіцист орієнтований на *переконання*. На відміну від нього, *есеїст* не переконує і не констатує, він запитує, грає і провокує на діалог засобами самої мови, апелюючи до механізмів уяви і ціннісних установок читача. Отже, автор есе провокує читача на *емпатію*, внаслідок чого читач не лише *розуміє*, але й *переживає* інформацію тексту» [Курсив авторський. – Т. Ш.] [8, с. 8–9].

Виклад основного матеріалу. Нариси «Іван Котляревський: між імперією та Україною» та «Таємний агент Микола Гоголь» являють собою особливий діалог автора з двома видатними літераторами минулого крізь призму сучасної оптики. Обидва герої творів – постаті амбівалентні: вони писали про Україну та водночас служили ворожій до неї імперії. А звідси – їхній внутрішній діалог, неартикульований, але наявний у створених ними рукописах, проаналізованих автором. Характерно, що І. Котляревський (1769–1838) зміг реалізуватись саме як український літератор, тоді як М. Гоголь (1809–1852) став заручником зовнішніх обставин, котрі спричинили розірваність його з національним підґрунтям. Загалом інтерес П. Кралюка до цих двох ключових майстрів слова пояснюється тим, що І. Котляревський є зачинателем нової української літератури, а М. Гоголь – один із найвидатніших представників «української школи» в тогочасній імперії, представник російськомовного українського письменства того часу.

Портретні нариси актуалізують значення їхньої творчої спадщини як для українців, так і розвитку літературного процесу того часу. Відповідно обидва класики, на думку П. Кралюка, вирізняються народоцентричністю (хоч часом і приглушеною), яку імперія перманентно намагалася знищити, зробивши літераторів залежними від її впливу.

У цьому сенсі показовими є слова самого автора портретних нарисів в одному зі своїх інтерв'ю про цих українських митців слова XIX ст. П. Кралюк зауважує, що «Іван Котляревський та Микола Гоголь, якому я також присвятив чимало дослідницької уваги, були земляками і, хоча Котляревський був старшим за Гоголя аж на 40 років, жили вони досить тривалий час в одну епоху. Але ж які полярні протилежні життєві історії! Іван Котляревський, звісно ж, служив (…) імперії (як і Гоголь), але залишався в Україні, як то кажуть, "і душею, і тілом"» [2]. Тобто двоє класиків дійсно мали багато спільного (обоє народилися на Полтавщині, за періодом належали до нової української літератури, так чи інакше працювали на загарбницьку державу, водночас пам'ятаючи про свою націю), але між ними є й відмінності. І. Котляревський творив саме рідною мовою, здійснив революцію в письменстві, працював на його оновлення, утвердивши «Енеїдою» літературну мову, тож історія нової української літератури починається з нього. Іншим виявився творчий шлях М. Гоголя: письменник обирає чужу мову як інструмент відтворення ментальності рідної йому Батьківщини, землі героїчного козацького минулого. Але така національна жертва потребувала значних зусиль, надломлюючи його. Тому останні роки життя цього класика позначені важким психічним станом та ранньою смертю (у 42 роки), про що йдеться у названому творі.

На нашу думку, обидва твори відображають своєрідний діалог між двома літераторами. Предмет цієї «комунікації» – служіння й прислужництво, творчість і покликання, прихильність і відступництво, приналежність і відречення національному єству.

Цей діалог, на нашу думку, віддзеркалюють заголовки обох творів. Діалогічний код прочитання міститься на паратекстуальному рівні назв. У творі про М. Гоголя («Таємний агент Микола Гоголь») у його назві акцентовано на секретному житті представника «української школи», прихованості, подвійності. Можливо, на тому, що те, що лежить на поверхні його авторської свідомості, оприявнене в художніх творах, аж ніяк не корелює з тим, що занурене глибоко у свідомості, було предметом пошуків і блукань. Цей письменник XIX ст. виявляється не тільки автором, а й важливим гравцем політичної імперської гри. П. Кралюк висуває версію, що М. Гоголь був завербований таємною поліцією (найімовірніше, агентом, журналістом і літератором Фаддеєм Булгаріним (1789–1859)), що суттєво змінило його життя в матеріальному сенсі на краще. Також завдяки цим зв'язкам класик мав змогу успішно видавати свої твори, оскільки перший відгук на збірку «Вечори на хуторі біля Диканьки» (1829–1832) був надрукований саме в газеті його вербувальника Ф. Булгаріна. П. Кралюк розповідає, спираючись на доступні для нього джерела, про цю маловідому сторінку життя М. Гоголя, дозволяючи собі в окремих випадках відійти від суворих законів документалістики і зануритися в рефлексії і ментативи довкола цього, тож есеїстичне начало цього твору дається взнаки. Відтак лексеми «таємний», «агент» посилюють увагу читача до об'єкта портретування, і водночас стають дороговказом Кралюкового обґрунтування Гоголевої ментальної роздвоєності.

Діалогічним за будовою є й заголовок про іншого українського класика – І. Котляревського («Іван Котляревський: між імперією та Україною»). Знову ж для ще одного літератора з Полтавщини, як і для М. Гоголя, характерна амбівалентність: співіснування належності до рідної землі та праці на благо імперії (агентської, чиновницької, військової). Прийменник «між» у заголовку портретного нарису П. Кралюка загалом вказує на межовість соціального і творчого буття тогочасних письменників, які, народившись на території України, перебували в складі чужої держави. Прикметно, що в назві твору про І. Котляревського «імперія» написана з малої літери, а «Україна» – з великої. У такий спосіб підкреслено антитетичність буття людини в той час: з одного боку, монархічна держава як тимчасове явище, на яку майстри слова мусили тоді зважати, а з іншого боку – їхня Батьківщина, зв'язок з якою вони все ж таки не розірвали. Як бачимо, обидва заголовки у творах П. Кралюка демонструють амбівалентність тогочасного становища літераторів, які, щоб творити, повинні були постійно балансувати між реаліями і прагненнями, між соціальним буттям і творчим покликанням.

Слід наголосити, що своєрідний умовний діалог між класиками XIX ст. відбувається на сторінках «Іван Котляревський: між імперією та Україною». Дослідник пише про те, що обом майстрам слова була притаманна подвійність «між служін-

ням імперії, лояльністю до неї й неприкаяною любов'ю до своєї «малої батьківщини» – України. Правда, якщо в Котляревського ця подвійність була відносно тихою, то в Гоголя вона знаходила вияв у «двоєдушші», драматичних колізіях» [6, с. 161]. Коли представник «української школи» тільки починав свої перші кроки в літературі, то автор «Енеїди» (1798, 1842) вже був доволі відомим у межах імперії. Відповідно деякою мірою М. Гоголь міг орієнтуватися на свого попередника – І. Котляревського, також звертаючись до українських реалій. Діалог між ними не прямий, а опосередкований – на рівні життєвої долі та творчості. Це ключове питання полягає в їхній реалізації саме як українських митців: що вдалося І. Котляревському, що не зміг М. Гоголь. Два вищевказані майстри слова увиразнюють внутрішній конфлікт – як писати, коли в тобі співіснують два діаметрально протилежні поняття: тихий рідний куточок і шум імперської «величі». Власне їхнє життя і було діалогом та спробою розв'язати цю проблему.

Підкреслимо, що в «Таємному агенті» найбільшим за обсягом розділом (32 сторінки) є «Тексти і контексти». У ньому йдеться про зв'язок повісті «Тарас Бульба» (1835) М. Гоголя з іншими творами про козаків і козацьку добу. Але найбільшу увагу привертає зауваження автора есею про те, що представник «української школи» «знав «Енеїду» Котляревського – про це свідчать "диканські" повісті» [7, с. 25]. У такий спосіб діалог між двома класиками за посередництвом написаних ними творів дійсно відбувався. Їхні рукописи відобразили в собі потяг, інтерес та любов до Полтавщини, а також неоднозначне ставлення до козацтва (сполучення в них свавільності і героїчності). Цілком можливо, що таке незвичне внутрішнє співіснування в січовиків якраз і розкривало схожу подвійність обох письменників XIX ст. І. Котляревський та М. Гоголь, описуючи вільне і сповнене небезпек життя козаків, відшукували в минулому ту автономію, якої їм самим та їх рідній землі бракувало. Ці автори рефлексували, з чим саме зіштовхнулися їхні героїчні предки, унаслідок чого незалежність було втрачено. Зрештою, якщо обох майстрів слова всюди оточувала імперія, одним із небагатьох явищ, на які вона не могла вплинути, залишалась історія. Хоч і з гумором та обережністю, але двоє літераторів XIX ст. зверталися до козацького періоду, знайомлячи з ним сучасників. Це пов'язано з тим, що надія на відродження своєї землі (а ширше країни) могла виростати звідти.

Прикметно, що діалогічні практики в портретуванні даються взнаки і безпосередньо в кожному тексті зосібна. Один із їх проявів – осмислення ролі й місця тої чи тої постаті, її амбівалентної позиції чи буття в певний період української історії крізь призму творчості. «Твори – це зашифрована біографія автора. Просто треба їх розшифрувати» — говорить автор, і пропонує свою есеїстичну версію такого розшифрування. Ракурсом дешифрування стають власне твори митців, з якими ведеться своєрідний авторський діалог. Для І. Котляревського такими інструментами діалогізації стають «Наталка Полтавка» та «Енеїда», для М. Гоголя – повість «Тарас Бульба». Огляд «Енеїди» у нарисі відбувається як діалог І. Котляревського та Вергілієм з акцентом на українські реалії кінця XVIII ст.: ракурс висвітлення цієї теми в П. Кралюка обертається довкола травестійно-бурлескної природи твору, самого інтересу до козацтва, відродження Запорізької Січі, знищеної Катериною II. Аналіз «Наталки Полтавки» П. Кралюком здійснюється з огляду на інтерпретацію чинного сюжету та художніх особливостей твору та цих же аспектів у тексті, що передував «Наталці Полтавці» – драмі «Козак-віршотворець» О. Шаховського. Автор нарису про вищевказаного класика XIX ст. звертає увагу на те, що в п'єсі про Наталку, «яка стала запереченням «Козака-віршотворця», «високій» імперській ідеї протиставлена природність, (…) мові імперії протиставлена жива українська мова, служінню царю просте людське щастя, «згода в сімействі» [5, с. 230]. У такий спосіб І. Котляревський виступив захисником національної самобутності, представники якої, навіть перебуваючи в складі іншої держави, не бажали розчинятися в ній. Українцям тепле родинне життя було ближчим, ніж ідеологічне служіння.

Подібний ракурс ключового твору письменника здійснено і в есеї «Таємний агент Микола Гоголь». На думку П. Кралюка, саме повість «Тарас Бульба» яскраво увиразнює творчу діалогічність М. Гоголя як одночасного представника «української школи» і російськомовного письменства. О. Костюченко так оцінив задум есеїста та його реалізацію: «Висловлено сміливі припущення щодо біографії самого Гоголя. Ставиться ціла низка питань про внутрішні інтенції автора повісті; прискіпливий текстуальний аналіз подекуди наштовхує на суперечливі висновки – втім, саме в цій непрямолінійності можна добачати глибину і життєздатність гоголівського твору» [5].

Численні спроби інтерпретації тексту про козака, «що несе Вітчизну у серці своїм», лише

підкреслюють закодовану М. Гоголем двоплановість цього персонажа і амбівалентність мислення автора, що створив його. Образ Тараса Бульби переважно сприймається позитивно, адже цей головний герой готовий віддати життя за ті ідеали, яким служить (православна віра та свій цар). Однак січовик суворо ставиться до власної жінки, схиляє запорожців для переобрання кошового отамана, вбиває свого молодшого сина Андрія за зраду. У такий спосіб Бульба не виглядає однозначно: його героїчна натура, звісно, закарбовується у свідомість українців-борців, проте це аж ніяк не знімає питання про його батьківські почуття, наприклад. Автор «Таємного агента» пише про те, що в тексті повісті майстра слова XIX ст. «маємо вираз глибокого внутрішнього конфлікту письменника. Цей конфлікт мав соціальну природу – двоїстість становища малоросійського дворянства, до якого належав Гоголь. Його представники вагалися між лояльністю до верховної влади (…) імперії та українським автономізмом» [7, с. 183]. Тобто «Тарас Бульба» є такою собі грою літератора, своєрідною одою служіння імперії та водночас висміювання її. Надмірна серйозність образу Бульби та історичного тла тексту з часом переростає в гротеск, адже повість М. Гоголя постійно набуває все нових і нових інтерпретацій. Сам факт наявності двох редакцій «Тараса Бульби», різних за ідейним спрямуванням (перша редакція – проукраїнська, тоді як друга – проімперська), на думку есеїста, вказує на складний внутрішній діалог його творця, схильного до сумнівів під впливом зовнішніх обставин і внутрішнього національного сум'яття.

Отже, два проаналізовані тексти являються собою своєрідний діалог двох українців – творчих особистостей, котрі опинилися в ситуації непростого вибору, і кожен його здійснив з огляду на власні можливості, прагнення, цінності й життєві обставини. Разом з тим, автор есею і нарису у своєрідний спосіб вступає в діалог з ними обома, пропонуючи своє бачення обставин здійсненого ними вибору, до-осмислюючи чи переосмислюючи відомі факти минулого, якими він володіє. Можемо сказати, що діалогічність як художня практика П. Кралюка, письменника та історика, есеїста і документаліста, стає інструментом текстової організації. Автор багато приділив уваги сучасній інтерпретації відомих постатей минулого, запропонувавши власний варіант їх місця і ролі в історії та літературному процесі, вступивши з ними у своєрідний творчий діалог і залучивши до цього діалогу сучасного читача.

Список літератури:

1. Анхим О. Діалог авторів як універсальний механізм виникнення нового у процесі художньої творчості. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 3. Т. 3. С. 116–120.
2. Відомий письменник Петро Кралюк розповів про свою нову книжку про Івана Котляревського. *Житомир-Онлайн*. 2021. 20 жовтня. URL : https://zhitomir-online.com/podiyi/121741-vidomyy-pysmennyk-petro-kralyuk-rozpoviv-pro-svoyu-novu-knyzhku-pro-ivana-kotlyarevskogo.html(дата звернення: 30.09.2023).
3. Глотов О. Конан Дойл з Острога. З приводу книги Петра Кралюка «Таємний агент Микола Гоголь, або Про що розповідає «Тарас Бульба»: нарис». *Studia methodologica*. 2016. Вип. 42. С. 103–107.
4. Діалог і діалогічність в українській літературі XIX-XXI ст. / Н. М. Шляхова [та ін.]; за заг. ред.: Н. П. Малютіна; ОНУ імені І. І. Мечникова. Одеса, 2013. 287 с.
5. Костюченко О. «Таємний агент Микола Гоголь...». *День*. 2016. 01 липня. № 113–114. URL : https://day.kyiv.ua/article/ukrayintsi-chytayte/tayemnyy-ahent-mykola-hohol (дата звернення: 30.09.2023).
6. Кралюк П. Іван Котляревський: між імперією та Україною. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2021. 248 с.
7. Кралюк П. Таємний агент Микола Гоголь. Харків : Фоліо, 2021. 188 с.
8. Остапенко С. Жанр портрета в літературній критиці О. Мандельштама. Автореф. дис… канд. філол. наук. Одеса, 2015. 20 с.

Shevchenko T. M. PORTRAIT ESSAY "IVAN KOTLIAREVSKYI: BETWEEN THE EMPIRE AND UKRAINE" AND A PORTRAIT ESSAY "SECRET AGENT MYKOLA HOHOL" BY PETRO KRALIUK: DISCOURSE THROUGH THE PRISM OF DIALOGICITY

The article analyses the portrait essay "The Secret Agent Mykola Hohol" and the portrait essay "Ivan Kotliarevskyi: Between the Empire and Ukrain" by Petro Kraliuk at the level of character/character and at the level of character/author. A separate participant in this "dialogue" is the writer, historian and philosopher, fiction writer and essayist himself, who creates his own portraits of two prominent Ukrainian literary figures, trying to understand the specifics of their consciousness in the difficult conditions of life in imperial Ukraine in the early to mid-nineteenth century. Attention is drawn to the fact that these works are part of the megatext of Petro Kraliuk, whose work is devoted to certain figures of Ukrainian history, reinterpreted in

a fictional, essayistic, pictorial, popular science way. It is argued that the texts included in the title of the article are a kind of dialogue between two Ukrainians, Ivan Kotliarevskyi and Mykola Hohol, creative personalities who found themselves in a situation of difficult choice due to political restrictions, and the factors of their self-identification were based on their own capabilities, aspirations, values and life circumstances. At the same time, the author of the essay and the narrative in a peculiar way enters into a dialogue with both of them, offering his vision of the circumstances of their choices, reinterpreting or rethinking the known facts of the past that he has. This suggests that dialogicity as an artistic practice of Petro Kraliuk, a writer and historian, essayist and documentary filmmaker, becomes an instrument of textual organisation in the above works. The author has paid much attention to the contemporary interpretation of famous figures of the past in the light of postmodern processes, offering his own version of their place and role in history and the literary process, entering into a kind of creative dialogue with them and involving the modern reader in this dialogue.

Key words: *dialogue, Petro Kraliuk, Mykola Hohol, Ivan Kotliarevskyi, essay, short story, postmodernism, genre, megatext, self-identification.*

УДК 821.161.2
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/28

Юрчук О. О.
Житомирський державний університет імені Івана Франка

«…ПРИКРИТА ГОЛУБИМ НЕБОМ БУДУ ЗМАЛЬОВУВАТИ ВАМ КРАСУ МАРАКЕШУ…»: РЕФЛЕКСІЯ СХОДУ В КНИЗІ «ЧАР МАРОКА» СОФІЇ ЯБЛОНСЬКОЇ

У пропонованому дослідженні зосереджено увагу на специфіці презентації Сходу в книзі Софії Яблонської «Чар Марока». З'ясовано, що травелістиці в радянському літературознавстві властивий маргінальний статус. Натомість «нематериковий простір» української культури, який був позбавлений тиску радянської тоталітарної системи, характеризується тим, що активно розвивались жанри, теми, котрі були табуйовані на материку. У цьому контексті актуалізується значимість творчого доробку Софії Яблонської. Доведено, що авторка рефлексує Третій світ крізь подвійну оптику: бачення європейки Орієнту та представниці бездержавного народу, позначеної колоніальною травмою. Підкреслено, що більшість дослідників акцентують увагу на щирості та сміливості погляду мандрівниці на «далекі обрії», її вміння «вихоплювати» час, відкритість до нового досвіду, а також жагу змін і пізнання. Вважаємо, що ці риси закладаються в дитинстві в першу чергу батьком, який був особливо знаковим для майбутньої письменниці.

У книзі «Чар Марока» Софія Яблонська рефлексує географічні, культурні, національно-ментальні риси Сходу. Помічаємо, що авторка не тільки літературно репрезентує етнічний образ Іншого, а й веде з ним постійний діалог, шукаючи спільне й відмінне, впливаючи й зазнаючи впливів. Встановлено, що, з одного боку, у текстах мандрівниці зустрічаються два світи: Орієнт та Окцидент і в тій зустрічі прочитується європейське модерне тяжіння до екзотичного, нового, є місце «орієнтальній» опції, а з іншого – Софія Яблонська схильна до критики європейських цінностей й співчуття колонізованим народам. Аналізований текст дозволяє стверджувати, що вона не прагне підпорядкувати Іншого, але шукаючи осі перетину, масштабує себе в чужому просторі на рівні тілесності, емоційності, глибинного відчуття (найчастіше жіночого), що сповнене вітаїзмом і еротизмом.

Визначено, що зустріч із Іншим має й обернену перспективу, коли мандрівниця усвідомлює, що «дивиться» не тільки вона. Зміна ролей дозволяє їй відчути й власну незвичність та екзотичність, що поглиблює її зв'язок із зовнішнім світом. Особливий досвід споглядання себе Софія Яблонська отримує під час подорожі до «небезпечних країн» або непокорених французами арабських територій. Саме там вона досить часто втрапляє у ситуації, коли з суб'єкта споглядання перетворюються на об'єкт.

Ключові слова: *подорожня література, жінка-авторка, Інший, Орієнт, Окцидент, рефлексія.*

Постановка проблеми. Подорожня література й сьогодні залишається маргінальним явищем в українському літературознавстві. Довгий час її було знівельовано (насамперед мова йде про радянську літературу та літературознавство), а багато авторів зникло з літературної мапи. Серед них і Софія Яблонська, українська мандрівниця, яка в художній формі рефлексувала географічні, культурні та національно-ментальні особливості країн, до яких потрапляла. Погоджуємося з Ярославом Поліщуком, що «Подорожня література Софії Яблонської аніскільки не втратила своїх пізнавальних якостей. Більше того, нині вона являє собою не лише пізнавальну, а й історичну цінність. Адже багато з сюжетів та сцен, які живим пером описує авторка, сьогодні вже не можуть зустрітися на шляху мандрівця» [8]. Саме це й аргументує пропоноване дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З епохою незалежності України постать Софії Яблонської, її тексти починають знову привертати увагу. Мова йде про низку проєктів, що дали змогу сучасному читачеві дізнатися про талановиту письменницю й фотографиню. Зокрема, у 2018 році в рамках проєкту «ТЕУРА. Софія Яблонська» видано фотоальбом з аналогічною назвою й три травелоги «Далекі обрії», «Чар Марока», «З країни рижу та опію». Останнім часом у Львівському

видавництві «Піраміда» побачили світ книжки, які містять її подорожні твори, оповідання, листи тощо («Чар Марока», «Листи з Парижа. Листи з Китаю»). Життю й творчості Софії Яблонської присвячено низку досліджень: Віри Агеєвої [1], Тимофія Гавриліва [2], Олени Галети [3], Оксани Забужко [4; 5], Марти Калитовської [6], Федора Погребенника [7], Ярослава Поліщука [8; 9] та інших.

Мета статті. У пропонованому дослідженні проаналізуємо специфіку авторської (жіночої) рефлексії Сходу в книзі «Чар Марока» Софії Яблонської. У статті застосовано імагологічний науковий дискурс у поєднанні з постколоніальними студіями, біографічним методом.

Виклад основного матеріалу. 30-ті роки XX століття стали найінтенсивнішими в житті Софії Яблонської. Вона багато подорожує й публікується на сторінках часописів «Нова хата», «Новий шлях», «Жіноча доля», рефлексуючи новий досвід, отриманий під час відвідин Марокко, Китаю, Яви, Суматри, Північної Америки тощо. Цілком слушно Марта Калитовська писала про тексти, що з'являються з-під пера авторки: «Старше покоління, особливо ті, що читали її твори, її враження з подорожей, відчули на собі наче подув вітру з-над моря. Свіжість молодечого захоплення, безпосередність зустрічі з життям і, головне, завжди і всюди почуття людяности, зацікавлення кожною людиною, пошана до її праці, бажання допомогти» [6, с. 51].

Зауважимо, що в наступних студіях дослідники так само акцентуватимуть увагу на щирості й сміливості як базових ознаках текстів Софії Яблонської («…її нариси – відверта, смілива, розкута й щира проза…» [9, с. 6]). Імовірно, ця жага відкритості й свободи, як і бажання пізнання світу, закладені ще в дитинстві. У цьому контексті варто звернутися до «Книги про батька», у якій уміщено два важливих діалоги. Перший відбувається між самою Софією та її батьком, котрий пояснює дівчинці, що таке час і життя: «Ми є на землі, щоби боротись проти часу, інакше він нас поїсть. Коли йому не протидіяти, він робить нас гнилими так, наче б ми вже були мертві» [12, с. 38]. Текстуалізація нового досвіду, його архівування в такий спосіб – це своєрідна перемога над часом.

Другий діалог знаходимо на сторінках розділу «Прогулька до Ялиноватого»: «Може, й ваша правда, дорога пані, – відповів отець, а в його очах також заблисла іскорка насмішки. – Я не належу до терпеливих. Але в кожного, що приходить до мене за порадою, – вважайте, що я не називаю їх пацієнтами, бо в мене немає лікарського диплому, – є якась здоровна проблема. І це є для мене великою спонукою. Знайти, відшукати, а нераз відчути цю його хворобу. Це є те, що займає мене найбільше в ту хвилину й не дає мені спокою. Коли мені пощастить і хворий по якомусь часі відчує полегшу, він уже перестає мене цікавити» [12, с. 229]. Батькова «нетерпеливість» стає кодом до розуміння й нестримної натури дочки, яка на сторінках книги неодноразово повторювала, що він є частиною її, що вона створена «на його образ» («…мій батько, що живе в мені, не може померти. Його ідеї, а вони і мої ж, повинні пережити нас» [12, с. 196]).

«Чар Марока» Софії Яблонської – це не стільки спроба передати побачене чи сформувати образ Іншого, скільки постійний діалог із ним, у якому є місце прийняттю й відштовхуванню, пошуку спільного й відмінного. Справді, варто говорити, що в текстах Софії Яблонської зустрічаються два світи: Орієнт і Окцидент, що в тих зустрічах прочитується тяжіння європейського модерну до первісних й, очевидно, екзотичних форм, котрі можуть стати своєрідними ліками для непоборної європейської меланхолії [2] («Ах, ваші листи, яких навіть папір пересяк брутальною реальністю, чорним песимізмом та сірим зневірям!

Ах ви? Чого ж вам? Ну, коли справді життя вам нецікаве, важке. Коли не добачуєте в ньому приваб ні цілі – так виберіть собі оцю:

Поїхати в Африку!» [13, с. 19]).

Однак є в її розповідях і дещо більше, щось глибинно-жіноче, і саме це дає їй змогу відчути «чужі обрії», стати їх частиною. Софія Яблонська наче масштабує себе в чужому просторі на рівні тілесності, емоційності, відчуття Іншого (найчастіше жіночого), що сповнене вітаїзмом та еротизмом.

«Пяна від вражінь, сильного запаху спітнілих тіл, печеної баранини, лою, помаранч, крику, танців, муринської та арабської музики я вернулася з арабської площі розваг».

Оксана Забужко в есеї «Мистецтво втечі» зазначає, що погляд Софії Яблонської «…геть-чисто позбавлений "тягаря білої жінки" – не заражений тою "вадою зору", яку через пів століття Едвард Саїд назве "орієнталізмом". В'єтнам, Лаос, Камбоджа, Китай, Індонезія, Полінезія, Австралія, Нова Зеландія – Яблонська рухається по мапі з дитячим захватом і широко розплющеними очима, з легкістю проходячи там, де самотня європейка раніше могла з'явитися хіба в ролі сестри милосердя чи дружини колоніального службовця…»

[5, с. 78–79]. З цим твердженням погоджуємося лише частково. Беззаперечно, що авторка перебуває у діалозі з Іншим, досить невимушено масштабує себе в межах його географії, культури тощо. Така невимушеність, на нашу думку, умотивована індивідуальною й національною оптикою самої споглядальниці. Софія Яблонська й справді не така, як усі. У «Книзі про батька» дізнаємося, що ідею відмінності дівчинки Зоїки озвучує батько (sic! беззаперечна його знаковість для майбутньої письменниці дає підстави стверджувати, що саме він у дитинстві закладає підвалини її ідентифікації у світі як «іншої»): «Видиш, що вона не така, як інші» [12, с. 24]. Тому вона й прагне того, що видається неможливим для жінок її часу: стати піонеркою документального кінематографа чи самотньо подорожувати Сходом, зазнаючи інколи карколомних пригод.

Важливою є також національна ідентичність та травматичний досвід бути «українкою», представницею бездержавної нації й покоління, на долю якого випали війна, революція. У книзі «Чар Марока» вона чітко позиціонує себе як українку, а також потерпає від неприсутності власної нації на геополітичній мапі світу, тотального неіснування її для інших: «Я стала пояснювати йому ріжниці між нами та руськими… (…) Ці всі пояснення я знаю краще як молитву, бо частенько трапляється мені повторювати їх французам та іншим чужинцям, що нічого не знають про наше існування» [13, с. 35]. Власна колоніальна травма загострює відчуття несправедливості й неприродності імперських взаємин між Європою та Сходом. Саме тому Софія Яблонська так гостро й іронічно реагує на зверхність Манріє щодо арабів: «Соромно мені за його різкий тон голосу, за його самовпевненість, та нечулість…» [13, с. 23].

Водночас перед нами європейка, яка нехай і частково, але позначена європейським баченням Сходу. Вона так само, як і більшість європейців, опинилася «…віч-на-віч із неймовірною старовиною, з нелюдською красою, з нескінченними відстанями» [10, с. 219], а ще з східною ексцентричністю й екзотичністю, які потребували усвідомлення, прийняття або відштовхування. Співчуваючи арабам, Софія Яблонська, однак, схильна розуміти їх «дикими», звичаї незвичайними, загадковими, сповненими давно забутого європейським світом природнього життя, що одночасно бажане, але й загрозливе. І ось тут спрацьовує її індивідуальна оптика пізнання Сходу на «око», «дотик», «смак», що дає їй змогу стати частиною цього безжурного й «безтямного» простору. Першого дня в Маракеші жінка відчуває ейфорію від вражень. Її стан нагадує сп'яніння, коли «Стеля спадає на голову, колихаються стіни, вигинається підлога та вся кімната танцює, наче корабель по розсерджених хвилях океану. Безрадно заплющую очі і падаю на ліжко, що зі мною підноситься вгору, вертиться, то раптом спадає кудись глибоко до долу» [13, с. 7].

Для мандрівниці-українки Інший не підлягає підпорядкуванню, не зазнає негативного оцінювання. Вона також намагається уникнути стереотипів чужого бачення, тому ніколи не асоціює себе з туристами, ставиться до них іронічно й почасти зневажливо. Промовистим у цьому контексті є епізод з американкою, нечутливість якої викликає в Софії Яблонської гнів: «– Ви, американці, навіть за співчуття до вас платите! А ви, краще купіть собі за цього доляра якийнебудь опис Марока: він вам більше про Мароко розкаже, ніж ви самі здібні побачити» [13, с. 75].

Помічаємо, що розповідь письменниці про Марокко амбівалентні: з одного боку, вона схильна до європейського бачення Сходу, у якому є місце біномам «поважне / меланхолійне – розважальне / вітаїстичне», «раціональне / прагматичне – ірраціональне / таємниче», «моральне / табуйоване – природнє» тощо, з іншого – здатна самоідентифікуватися й стати частиною Іншого. Це не забезпечує подолання невідомого чи втрату відчуття екзотичності побаченого, але дає змогу наблизити до себе «далекі обрії», спроєктувати Іншого на власне Я, щоб глибше усвідомити спільне й відмінне.

Софія Яблонська захоплюється арабським світом, який постає безжурним («весело тут і ясно»), дитинним («Араби фанатичні, примітивні, безжурні діти!»), прекрасним («люблю її гарне обличчя, бронзову та блискучу барву шкіри, сумні очі та її матовий голос»), архаїчним («Зоря ще зберегла старі звичаї»). Перші враження від міста – це описи «забав» на площі, що заворожують екзотичністю, специфічним світобаченням, у якому переплітається раціональне й ірраціональне, прагматичне й наївне, красиве й потворне. Тому цілком природньо, що поруч перебувають лікар і ворожбит, оповідач і ковтач вогню чи гадюкоїд, поєднується духовне й тілесне: оповідачу потрібні бубни, лікарю – клаптик одежі людини, ворожбиту – сповіді, щоб дати «…полекшу своєму клієнтові через те, що він виповів йому все своє горе, всю свою журбу» [13, с. 13].

Мандрівниця прагне не тільки споглядати цей світ, а й масштабуватися в ньому, щоправда, непо-

мітно: «…змішуюся з юрбою розбавлених арабів і з чимраз більшим зрозумінням та зацікавленням оглядаю способи їх розваг» [13, с. 15–16]. Цікаво, що спочатку вона цілком усвідомлює своє бажання бути частиною розваг / арабського світу («Охоплює охота роздягтися, змішатися з ними та купаючися в сонці, плескати в долоні і вигукувати радощі життя, піднявши голову у небо» [13, с. 18]), пізніше – її полонить стихія розкутості, пристрасті й гармонії («Нарешті і я відірвала очі від цього великого актора і глянула навкруги себе. Не знаю, як це сталося, але я, схрестивши під себе ноги, сиділа на землі поміж юрбою брудної дітвори й арабів» [13, с. 20]). У своїй рецепції Іншого мандрівниця одночасно здатна відчути відразу, що примушує її тікати («Поруч за мною сидів худий, чорний араб, якому ніс та підборіддя вже відгнили… (…) Це останнє враження стрясло усією моєю істотою та зморозило мене своєю гидотою. Я схопилася й, яко мога швидче, стала бігти…» [13, с. 20–21]), і знайти причину появи того, що відштовхує: каліцтво, бідність, проституція тощо. Вона констатує: усе це принесли арабам європейці, які побудували в місті каварні й публічні доми, відібрали в аборигенів будинки, споганили їх європейською «цивілізацією». З гіркотою Софія Яблонська пише: «Болить мене нужда арабів, їх зламані гордощі, їх упадок і неміч» [13, с. 11].

Важливим у рецепції Сходу Софії Яблонської є жіночий світ. Погоджуємся, з Оксаною Забужко, що «…в об'єктиві Яблонської всі "орієнтальні" жінки прекрасні своєю людською виразністю…» [5, с. 82]. Мандрівниці вдається частково уникнути європейської опції пізнання «білої жінки» жінок Третього світу, про яку говорить Ґаятрі Чакраворті Співак: «…аби більше дізнатися про жіноцтво Третього світу і змінити практику прочитання, слід заохочувати якомога більшу гетерогенність у цій сфері, а феміністки з Першого світу мають навчитися не почувати себе в упривілейованішому становищі *як жінки*» [11, с. 260].

У цьому контексті варто звернути увагу на її знайомство з каїдом і відвідини його гарему. Перше враження від гарему цілком сподіване: європейська жінка потрапляє в місце загадкове й водночас хвилююче: «У кожному куточку гарему причаїлося щось загадкове, нестерпно хвилююче щось, що можна би назвати "острахом"» [13, с. 31]. Вона захоплюється інтер'єром, у якому присутня «ніжна гармонія», з цікавістю споглядає жінок, вдихаючи «запах жіночого поту та млосних пахощів». Особливу увагу привертає «дітвак з обличчям оазової квітки». Якраз історія Фатми, наймолодшої дружини каїда, з одного боку, засвідчує бажання європейської жінки нав'язати арабці свій спосіб життя (апріорі кращий і цивілізований): «…я уявляла собі, як ніжна квітка стане моєю нерозлучною, вірною товаришкою, а я, а не вона її невільницею… Що завезу її в Европу, навчу нашої мови…» [13, с. 43], а з іншого – засвідчує момент подолання універсалізму й цивілізаційної зверхності, коли поруч опиняються не представниці різних націй і культур, а дві жінки, котрим іманентно об'єднуватися в спілку в чоловічому світі: «Аж миттю недовірчива думка сполохнула мої мрії» [13, с. 43]. До мандрівниці приходить осяяння, що Фатма любить свого чоловіка й не потребує іншої долі, саме тоді вона примушує й каїда побачити це, що змінює статус дівчини в гаремі: «Очі каїда уважно слідкували за кожним її рухом. У них заблимала цікавість до неї і він засміявшись сказав:

– Завдяки вам, пані, стане вона від сьогодні моєю вибраною» [13, с. 45].

У контексті історії Фатми в гаремі варто згадати й подорож Софії Яблонської до Тарудану, де вона на берегах річки бачить квіти, що захоплюють її своєю красою: «Я підійшла до першої квітки, станула перед нею навколішки, припала устами до її ніжного серця та пила її запашну, гарячу кров» [13, с. 51]. Так само, як вона прагла «оазову квітку» Фатму, намагається вирвати з природнього середовища пахучу рослину, так само на березі річки до жінки приходить осяяння: «"Візьму" заревів мій інстинкт бажання. Я вже наставила зуби, щоб встромити їх в елястичне тіло квітки, коли вона, випущена з моїх рук випростувала свій гнучкий стан і погірдливо вдарила мене в обличчя» [13, с. 52].

«…за нами пливе рій поглядів, думок, що в їх очах ще залишилися наші образи…».

У книзі зустріч із Іншим має й обернену перспективу, адже Софія Яблонська усвідомлює, що «дивиться» не тільки вона, а й на неї. У цій ситуації відбувається зміна ролей, коли сама мандрівниця перетворюється на «об'єкт, який споглядають», а отже, на Іншого, котрий також сприймається досить незвично й екзотично. Наприклад, під час знайомства з каїдом він із недовірою стежить за її грою в шахи й робить висновок, що перед ним чоловік, бо «на його думку европейська жінка й ноги може показувати до колін, і обличчя своє всім мущинам відкривати, і всміхатися до них, а навіть курити папіроски, але в шахи грати, до цього вона нездібна» [13, с. 22]. Наступні зустрічі з каїдом впевнюють молоду жінку, що той уважно стежить за нею, вслухається в слова, вивчає реак-

ції («В цей момент я почула глибокий та довгий погляд каїда на моєму обличчі» [13, с. 25]). Такий своєрідний діалог між жінкою-європейкою та чоловіком-арабом стає шляхом до пізнання один одного й порозуміння. У гаремі, помітивши її тривогу, він запевняє, що в його домі вона може почуватися цілком у безпеці, жінка, зі свого боку, заспокоюється й щиро реагує на все, що бачить і чує («По цих словах моє довіря виплило, мов місяць зпоміж хмар, та ясною усмішкою освітило обличчя» [13, с. 33]).

Зовсім інший досвід споглядання себе Софія Яблонська отримує під час подорожі до «небезпечних країн» або непокорених французами арабських територій. Разом із нею їде водій Рене та арабська родина. Жінка помічає, що поза приязним й улесливим ставленням араб повсякчас спостерігає за ними. Вона констатує, що він має очі, мов у злодія, а його погляд «оминає ясної і простої дороги», тобто він не споглядає, а підглядає. Імовірно, тому, утрапивши в замок араба, в його гаремі вона почувається незатишно, її відштовхує краса інтер'єру: «Посередині широчезного подвіря поміж мармуровою підлогою, цвите гаремовий сад, засаджений помаранчами, ґранатами, цитринами, диким бузком, бананами, мімозою та квітами.

Але ці прегарні рослини й ці ніжні, барвні квітки поблідли тут та пересякли загальною атмосферою замку і виглядом своїм нагадують невільників» [13, с. 56].

Загалом під час цієї небезпечної подорожі Софія Яблонська досить часто втрапляє в ситуації, коли із суб'єкта споглядання перетворюються на об'єкт. Свою «іншість» у зацікавлених очах аборигенів вона маркує іронічно, називаючи себе «чудовище»: «Юрба більшає, росте й заливає широку вулицю. Надивившись досхочу на авто, вони починають оглядати інше чудовище – мене» [13, с. 58]. Таке споглядання викликає тривогу. Мандрівниця чує «…сотню очей на моєму обличчі, що перезирають мене наскрізь і знову» [13, с. 58], заблизькість арабів, їх вигуки «шарпають нерви».

До речі, зовсім інакше сприймає споглядання себе Софія Яблонська, коли опиняється серед жінок. Письменниці подобається, що арабка Зоря приглядається до руху її пера, її вабить ніжна меланхолія очей танцівниці, вона вражена поглядом «чудової арабочки», яка дивиться на неї так, наче бачить дно її серця («Мені по ній залишився її глибокий, сумний погляд, мелянхолійна, наївна усмішка та гарячі звуки її милого голосу» [13, с. 80]).

Висновки. В українському мистецтві слова подорожня література інтенсивно розвивається з другої половини XIX століття. На жаль, у радянському літературознавстві травелістика отримала маргінальний статус, адже «пізнання інакшого, нового, чужого постало зайвою декадентською розкішшю, понадто містило образ іншого, який не вписувався в офіційний канон» [2, с. 331]. Однак поза радянською дійсністю «нематериковий простір» української культури продовжував розвивати жанри, теми, що були табуйовані на материку. Своєрідним викликом у цьому контексті є творчість Софії Яблонської, яка, позиціонуючи себе українкою, у художній формі рефлексує місця, до яких подорожує. У її баченні Третього світу проглядається оптика європейки на Орієнт та представниці бездержавного народу, позначеної колоніальною травмою. Більшість дослідників акцентує увагу на щирості, сміливості й незамуленості погляду на «далекі обрії» мандрівниці. Уміння «вихоплювати» час, відкритість до нового досвіду, а також жага змін і пізнання закладені в дитинстві, передовсім батьком, який був особливо знаковим для майбутньої письменниці. У книзі «Чар Марока» оповідачка перебуває у своєрідному діалозі з Іншим, що дає їй змогу не тільки сформувати його етнічний образ, а й пізнати себе крізь призму спільного та відмінного. Під час подорожі Софії Яблонській не вповні вдається позбутися «орієнтальних» окулярів, однак вона досить добре масштабує себе в просторі Іншого на рівнях тілесності, емоційності, культури. Вона не потребує підпорядкувати Іншого, розуміючи його винятково як Чужого, а тому уникає негативних оцінок чи національних стереотипів. Зустріч з Іншим має й обернену перспективу, коли мандрівниця усвідомлює, що «дивиться» не тільки вона. Зміна ролей дає їй змогу відчути й власну незвичність та екзотичність, що поглиблює її зв'язок із зовнішнім світом.

З огляду на те, що подорожня література в українському мистецтві слова набуває популярності, почасти сучасні українські митці відвідують й описують місця, якими подорожувала Софія Яблонська (наприклад, травелоги Макса Кідрука), книги про мандрівки письменниці потребують пильної уваги літературознавців.

Список літератури:

1. Агеєва, В. Софія Яблонська: кругосвітня подорож української репортерки. URL: http://surl.li/jaolr (дата звернення: 12.07.2023).

2. Гаврилів Т. Територія само(в)пізнання «Чар Марока» Софії Яблонської. *Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність*. 2019. Вип. 32, с. 331–339.

3. Галета О. Instead of a Novel Sophia Yablonska's Travelogues in the History of Modern Ukrainian Literature. *Aspasia.* 2020. Volume 14, с. 78–103.
4. Забужко О. Теура Софія Яблонська. Київ: Видавництво «Родовід», 2018. 232 с.
5. Забужко О. Планета Полин: Вибрані есеї. Київ: Видавничий дім «КОМОРА», 2020. 384 с.
6. Калитовська М. Софія Яблонська: подорожник і людина. *Сучасність*. 1971. Ч. 5 (125), с. 51–59.
7. Погребенник Ф. Софія Яблонська: Чар Марокко» та інші перлини. *Всесвіт*. 1990. № 3. С. 151.
8. Поліщук Я. Далекі обрії Софії Яблонської. URL: http://surl.li/jaovh (Дата звернення: 14.07.2023).
9. Поліщук Я. Навколосвітня мандрівка Софії Яблонської. *Український журнал*. 2007. № 3, с. 6–7.
10. Саїд В. Едвард. Орієнталізм. К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2001. 511 с.
11. Співак Ґ.Ч. В інших світах: Есеї з питань культурної політики. К.: Вид. дім «Всесвіт», 2006. 480 с.
12. Яблонська С. Книга про батька. URL: http://surl.li/jaoxc (дата звернення: 14.07.2023).
13. Яблонська С. Чар Марока. Львів, 1932. 83 с.

Yurchuk O. O. "...COVERED BY THE BLUE SKY, I WILL DEPICT THE BEAUTY OF MARRAKECH FOR YOU..": REFLECTION OF THE EAST IN THE BOOK "THE CHARM OF MOROCCO" BY SOFIIA YABLONSKA

The proposed research focuses on the presentation of the East in Sofiia Yablonska's book "The Charm of Morocco". It has been revealed that travel literature had a marginal status in Soviet literary studies. In contrast, "the non-mainland space" of Ukrainian culture, free from the pressure of the Soviet totalitarian system, is characterized by the active development of genres and themes being taboo on the mainland. In this context, the significance of Sofiia Yablonska's creative work is emphasized. In this context, the significance of Sofiia Yablonska's creative legacy is being highlighted. It has been demonstrated that the author reflects the Third World through a dual lens: the perspective of a European woman of the Orient and that of a representative of a stateless person marked by colonial trauma. It is emphasized that most researchers focus on the sincerity and boldness of the traveler's view of "the distant horizons",her ability to "seize" time, openness to new experiences, as well as a thirst for change and knowledge. We believe that these qualities were instilled in her childhood primarily by her father, who was particularly significant for the future writer.

In the book "The Charm of Morocco" Sofiia Yablonska reflects on the geographic, cultural, and national-mental characteristics of the East. It is observed that the author not only literarily represents the ethnic image of the Other but also engages in a continuous dialogue with it seeking commonalities and differences, both influencing and being influenced. It is established that, on the one hand, the texts of the traveler encounter two worlds: the Orient and the Occident, and in this encounter, one can discern the European modern fascination with the exotic and the new thing with a place for "the oriental" option. On the other hand, Sofiia Yablonska tends to critique European values and show sympathy for colonized peoples. The analyzed text allows us to affirm that she does not seek to subjugate the Other but, in searching for points of intersection, she scales herself in a foreign space at the level of embodiment, emotionality and profound feelings imbued with vitality and eroticism.

It has been determined that the encounter with the Other also has a reverse perspective, where the female traveler realizes that she is not the only one "looking". Role reversal allows her to experience her own uniqueness and exoticism deepening her connection with the external world. Sofiia Yablonska acquires a distinct experience of self-reflection during her journeys to "dangerous countries" or uncolonized French territories. It is in these places that she quite often finds herself in situations where the observer is transformed into the observed one.

Key words: *travel literature, a female author, Other, Orient, Occident, reflection.*

ЛІТЕРАТУРА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

УДК 821.111
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/29

Іщенко Н. А.
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Потріваєва С. І.
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

ФЕНОМЕН «АНГЛІЙСЬКОСТІ» У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ

Ця стаття розглядає історичний контекст вивчення англійськості, а також її інтерпретацію у сучасному постмодерністському романі, зокрема в творах Грема Свіфта і Пітера Акройда. Розглядаються основні етапи вивчення англійськості та історія визначення цього поняття в науковій літературі. Проводиться аналіз того, як поняття англійськості зазнавало змін в часі та під впливом різних факторів. Обговорюється специфіка втілення англійськості в романах Грема Свіфта «Останні розпорядження» та «Водозем»я». Також аналізується образ Лондона як символу національної ідентичності у романі Пітера Акройда «Лондон: Біографія». Розглядаються культурні коди та метафори у романах Пітера Акройда «Лондон: Біографія» та «Альбіон: Витоки англійської уяви». Особлива увага приділяється мовній свідомості як моделі англійськості, що представлена у романі «Альбіон: Витоки англійської уяви». Ця стаття пропонує комплексний погляд на феномен «англійськості» у сучасній англійській літературі, досліджуючи його історичний розвиток, специфіку втілення у романах та роль мовної свідомості в цьому контексті. Вона сприяє кращому розумінню та інтерпретації англійськості як важливого аспекту культурної ідентичності в сучасному світі. стаття наголошує, що це зміцнення англійської ідентичності не виключає інтересу до британської ідентичності, і багато людей продовжують відчувати себе британцями. За даними Марка Істона, жителі Англії, яких опитували, відзначають себе як англійці та британці відповідно, але висловленою ідентичністю шотландців є більше 80% респондентів. Стаття допомагає розібратися в змінюючихся уявленнях про «англійськість» і «британськість» у сучасному англійському суспільстві, освітлюючи вплив актуальних подій, зокрема «Брекзиту», на сприйняття національних ідентичностей. Ця стаття створює фундамент для кращого розуміння та інтерпретації англійської ідентичності як важливого аспекту культурної ідентичності в сучасному світі.

Ключові слова: *англійськість, сучасна англійська література, культурні коди, англійська культура, літературознавство.*

Постановка проблеми. У сучасному світі, де глобалізація, міграційні процеси та мультикультурність перетинають кордони та сприяють розширенню культурних горизонтів, поняття «англійськості» в англійській літературі Великобританії виявляється цікавим та актуальним для дослідження. Зараз, коли національна ідентичність та культурний діалог стають дедалі важливішими у сучасному соціокультурному контексті, дослідження феномену «англійськості» в літературних творах стає завданням, яке вимагає уваги та поглибленого аналізу. У цьому контексті, стаття спрямована на визначення та розкриття ключових аспектів «англійськості» у сучасних англійських літературних текстах, виявлення специфіки її інтерпретації в постмодерністському контексті, а також розгляд аналізу мовної свідомості як моделі «англійськості» у художніх творах. Розуміння цього феномену дозволить краще вивчити національну специфіку англійської літератури та культури в сучасному світі, а також визначити її роль у формуванні національної ідентичності та сприяти актуалізації поняття «англійськості» в сучасному літературознавстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вчені стверджують, що поняття «англійськості» є суперечливим і проблематичним. Недавні дослідження та актуальні публікації акцентують увагу на суперечливості поняття «англійськості» в сучасному контексті, особливої уваги заслуговують роботи М. Кенні [9], М. Істон [4], Е. Сміт [15]. Вони розглядають історичний розвиток та інтерпретацію цього терміну, обговорюють його вплив на національні процеси, особливо після зазначеного кінця британської імперії. Такі дослідники, як Дж. Джиллінгем [7], Д. Паксмен [13], К. Кумар [10] також докладно розглядають термінологічні відмінності та різноманітність визначення «англійськості» і досліджують питання національної ідентичності в цьому контексті. Постколоніальні процеси і культурні впливи також впливають на сприйняття цього поняття. Ці дослідження сприяють поглибленню розуміння «англійськості» в сучасній англійській літературі та суспільстві та відкривають нові горизонти для дослідження цієї теми.

Метою статті є дослідити еволюцію концепції «англійськості» у літературознавстві, зосереджуючи увагу на історії визначення цього поняття.

Виклад основного матеріалу. Сучасний науковий дискурс щодо англійської ідентичності розглядає поняття English identity, English national identity і English ethnic identity як взаємозамінні. В англійському документальному дискурсі ці терміни також часто використовуються як синоніми, зокрема слово Englishness. Останнє слово має багатозначний характер і може асоціюватися із етнічним та національним аспектами. Питання поділу між національною та етнічною ідентичністю залишається предметом дискусій, аналогічно до розрізнення термінів «нація» і «етнос» [9, с. 134].

У науковому дискурсі ідентичності, термін «Englishness» визначається як культурна ідентичність, що враховує аспекти етнокультури, такі як мова, культура, історія і територія. Інформація, яка подається у декількох сучасних лексикографічних джерелах, особливо в електронних словниках, підтверджує наші теоретичні концепції. Наприклад, «Free (on-line) Dictionary» визначає лексему «Englishness» як: 1) «відносно англійського походження або характерна для Англії чи її жителів; 2) пов'язана з англійською мовою (вживається зі словом у множині) [6]». Інше електронне джерело в статті «Englishness» надає історичну інформацію про англів, саксів і готів, а також пояснює, що «Englaland» – це земля найсильніших із трьох племен – англів, а також зазначає, як корінне населення стало відоме як «Englishry» після завоювання норманами. У цьому словнику не наведено жодних конкретних визначень «Englishness». Нарешті, інше електронне джерело подає наступне визначення: «Englishness – це культурна ідентичність» [3].

Також підтверджує нашу гіпотезу про певну синонімічність термінів English identity та Englishness та аналіз досліджуваного матеріалу ідентичності, який виявив провідні ідентифікуючі ознаки сучасної англійської ідентичності – мову та ментальність із її особливим ціннісним змістом.

Сьогоднішнє поняття English identity – це не так національно-етнічний конструкт, що забезпечує тотожність спільності на основі географічних, генетичних, біологічних, цивільно-правових, історичних, расових (етнічних) ідентифікуючих ознак (що пов'язано з поняттям «етносу» або «нації»), скільки лінгвокультурний, заснований на мовному, ментальному та культурному єдності його членів.

З цього погляду, сучасна англійська ідентичність, відома як «English identity», може бути розглянута як «англійська колективна лінгвокультурна ідентичність» (АКЛІ), яка наділена лінгвокультурною єдністю та ґрунтується на мові, ментальності та культурі її членів [2, с. 150]. Це відрізняє її від традиційного національного або етнічного підходу до ідентичності, який базується на географічних, генетичних, біологічних, цивільно-правових, історичних і расових аспектах.

Поняття «English identity» у сучасному лінгвокультурному контексті та його трактування як англійської лінгвокультурної ідентичності може бути розглянуте як схоже до «Englishness,» але менш розгорнуте і більш конкретне. Воно не просто включає типові характеристики культури Англії, але також англійський національний характер, ментальність та поведінку. Воно визначає те, що зазвичай охоплює поняття «англійськість». «English identity» не просто об'єднує знання та уявлення, відображені в концепціях Батьківщини та самоідентифікації англійців, але також включає синтез образу Англії та самих англійців, образу інших (різних від англійців), а також образу Англії та англійців в очах інших у сфері цінностей та мовності [5, с. 165–167].

З точки зору лінгвокультурології, англійська колективна ідентичність (English identity) може бути розглянута як система цінносмислових домінант лінгвокультурного простору англійської спільноти, виражених мовою та створених нею. Вивчення англійської колективної ідентич-

ності включає аналіз мовних засобів і механізмів внутрішньої інтеграції знань та уявлень про свою єдність як унікального культурного цілого, розроблені в межах їхньої культури [17, с. 143]. Мова стає ключовим інструментом для формування англійської лінгвокультурної спільноти та допомагає категоризувати, співставляти та відокремлювати їхню спільність від інших. Мовна ідентичність не обов'язково визначається мовною індивідуальністю, де людина ідентифікує себе як «англієць» через рідну мову. Замість цього, вивчення англійської ідентичності зосереджується на вербальних одиницях, які конструюють ціннісмислові домінанти культурного інформаційного простору англійської спільноти.

На практиці, в дослідженні англійської ідентичності використовуються терміни «English identity» і «Englishness» в залежності від того, який з них краще відображає зміст досліджуваного джерела. Обидва терміни передають понятійні, ціннісні та образні аспекти лінгвокультурного конструкту «англійська ідентичність» [12].

Кореляція термінів English identity і British identity, так само як і термінів Englishness і Britishness, є фокусом численних дискусій, що досі не припиняються в усіх галузях зарубіжного гуманітарного знання, що є ще однією проблемною галуззю дискурсу сучасної англійської ідентичності. Так, П. Акройд у своїй книзі «Альбіон: Витоки англійської уяви» пов'язує поняття Englishness з розвитком мови, культури, способу думки та уяви англійців. Письменник розрізняє британськість та англійськість, обумовлюючи витоки англійськості англо-саксонським шляхом розвитку, а британське – кельтським варіантом еволюції. При цьому автор приходить до висновку про те, що неможливо з певністю вичленувати кельтське, англо-саксонське та інші впливи на розвиток англійської спільності [1, с. 230].

Зазначимо, що слова British identity та Britishness практично не зафіксовані у сучасній англомовній лексикографії. Слово Britishness в авторитетному словнику Oxford English Reference Dictionary подається як один із дериватів слова British без тлумачення [12]. У сучасному on-line dictionary Britishness визначається так: «Britishness is the State of quality of being British or of embodying British characteristics » [6].

Проблема визначення «англійськості» залишається актуальною і широко досліджується в літературі, лінгвістиці, психології та культурології. Дослідникам англійської ідентичності викликає особливий інтерес феномен англійської стриманості, яка майже межує з найсуворішою забороною виражати будь-яке національне самовизначення [10; 13]. Іншими словами, англійські лідери та письменники, разом із формуванням політичної культури, уникали виразних націоналістичних заяв, та це важко знайти в англійському політичному дискурсі. Зокрема, відсутні гучні розголоси, або «tub-thumping statements», стосовно англійського патріотизму.

Самі англійці також не висловлювали свій патріотизм через конкретні завдання чи проекти, а замість цього сприймали себе як носіїв «високої місії». Вони відчували, що були обрані і викликані виконати велику роль у розвитку світу, а ця особливість дала підставу соціологам, таким як К. Кумар, та публіцистам, як Дж. Паксмен, називати англійський патріотизм і англійську ідентичність «місіонерськими». Це відомо як «спадковість білого тягаря», яку висловив Р. Кіплінг, «співак англійського імперіалізму». І це виразилось у знаменитих словах Генріха V перед битвою при Азенкурі (Battle of Agincourt) і увічнених Шекспіром: «Ми, кілька нас, щаслива група, брати», які, на думку Дж. Паксмена, стали втіленням англійського героїзму і націонал-патріотизму і для наступних поколінь: «The idea of the «Few» occurs time and again through popular accounts of English history» [14, с. 34].

Загадка англійської ідентичності полягає також у визначенні історичних рамок її виникнення. Одні історики та соціологи вказують на восьме століття [17], інші – на XIV [3], треті – на XVI [8] і, нарешті, деякі – на кінець XIX століття [2; 10]. Деякі дослідники стверджують, що ця ідентичність набула культурних відтінків, особливо коли британська імперія почала втрачати своє вплив і інші частини Британських Островів виявили яскравий етнічний та культурний націоналізм. Це призвело до культурного спрямування англійської ідентичності, яка стала унікальною через відмову від політичного вираження [9].

Важливо відзначити, що в межах даної роботи неможливо охопити всі аспекти та питання, пов'язані з поняттями «англійська ідентичність» та «британська ідентичність». Усі відомі автори, які вивчають англійську ідентичність, обирають саме англійську, а не британську ідентичність. Їх вибір обумовлений кількома чинниками, зокрема тим, що Англія є окремою країною і має свою власну культуру та характер, тоді як Великобританія є політичним утворенням і об'єднує кілька країн, кожна з яких має свою культуру. Вони також наголошують на тому, що термін «британська

ідентичність» є нечітким і розмитим, оскільки люди, які використовують цей термін, майже завжди мають на увазі англійську ідентичність.

Зокрема, Англія, через свій «острівний» менталітет, стає об'єктом іноземного сприйняття. Англійців характеризують як стриманих та зарозумілих, що призводить до стійких етностереотипів. Ці стереотипи включають в себе і самокритичні автостереотипи, які часом висміюють англійців за їхню впевненість у власній перевазі [3].

Теккерей в «Книзі снобів» (1846–1847) висміює «спокій глибокої впевненості ... у своїй перевазі», яка «дозволяє кожному власнику англійської капелюхи високо тримати голову всюди – від Сицилії до Петербурга» [16, с. 45].

Бульвер-Літтон у романі «Пелем, або Пригоди джентльмена» (1828), зіставляючи англійців та французів, розвінчує ідеали старої доброї Англії (передусім, ідеал сімейного вогнища) і вустами одного зі своїх героїв виносить вирок своїм співвітчизникам: «Всяке вважають ознакою порожнечі розуму, всяке прояв доброти – ознакою брехливого серця» [11, с. 23]. Роман Бульвер-Літтона, що залишився в «культурній пам'яті як Біблія дендизму», втілює насамперед ідеали англійської аристократії, яка завжди була тісно пов'язана з французькою.

У сучасному літературознавстві зростає інтерес до розуміння поняття «Englishness» («англійськість») та сприйняття його в суспільстві. Не менш важливим залишається питання визначення цього терміну, яке залишається об'єктом активних дискусій серед дослідників. Сучасний міжкультурний контекст підкреслює актуальність самоідентифікації, особливо в такій багатокультурній країні, як Сполучене Королівство, і це робить нашу статтю особливо важливою. Поняття «англійськості» часто виявляється в основі культурного життя, включаючи музику та літературу.

Британський вчений Дж. Джиллінгем стверджує, що «англійськість» сформувалася на Британських островах до 1066 року, і це великою мірою було результатом постійного контрастування англосаксів і кельтів. Хоча нормандське завоювання на моменті в історії призвело до зупинки процесу формування національної ідентичності, у XII столітті жителі Британії знову почали відчувати себе єдністю. Джиллінгем вказує на шість письменників того часу, зокрема Вільяма Малсберійського, Генрі з Хантінгтона, Джеффрі Монмаутського, Джеффрі Геймера, Джеральда де Баррі та Роджера з Хаудену, які сприяли розвитку почуття «англійськості» у своїх творах [7, с. 32–39].

Під час розквіту британської імперії, від Нового часу, стало очевидним, що система цінностей людей і їх національна ідентичність були нерозривно пов»язані. Становлення поняття «англійськість» можна віднести до цього періоду, як вираження національної ідентичності, що базується на відетницькому духовному співтоваристві. Англійська концептосфера формувалася впродовж багатьох століть і включала елементи, пов»язані з культурами різних європейських народів. Важливо відзначити, що Вікторіанська епоха відіграла вирішальну роль у створенні унікальної англійської культурної парадигми. Панування королеви Вікторії (1837–1901) було найтривалішим в історії країни, і саме в цей період припадають зростання економічного, соціального, політичного та культурного розвитку англійської нації, що визначило систему понять і цінностей, що надали англійській культурі особливе місце в світовому розвитку. Ентоні Сміт у своїй роботі «Set in the silver sea» також звертає увагу на важливість вибору «англійськості» для формування культурних традицій Західної Європи [15, с. 45–50].

Цей період встановив поняття свободи та незалежності особистості, її права на самовираження та приватний життєвий стиль, концепції поміркованості, толерантності, розуміння необхідності підкорення закону, навіть якщо він був неідеальним, поступового змінювання законів та правил, практичного та емпіричного підходів. У вітчизняному літературознавстві, в статті «Англійськість в контексті вітчизняного літературознавства: теоретичні аспекти та дослідження поняття», автори виділяють «англійськість» як літературну категорію, що представляє собою національну ментальність англійців у художніх творах. Згідно з їхніми дослідженнями, «англійськість» у літературних творах може акцентувати національну ментальність як «свою» та «чужу» ідентичності автора/героя [5].

Сучасний англійський політолог Майкл Кенні, у своїй статті «Englishness: the forbidden identity,» наголошує, що соціологічні дослідження показують, що більшість етнічних меншин в Англії більше ідентифікують себе як британців, а не англійців. Однак автор розглядає, що люди третього покоління, які мають коріння в Англії, намагаються об»єднати елементи англійської культури та ідентичності у своїй самосвідомості. Важливо відзначити, що зміцнення англомовних ідентичностей не означає, що ці люди перестають бути зацікавленими в Британії. Навпаки, багато з них розширюють поняття «англійськості,» додаючи

до нього аспекти самоідентифікації, запозичені з інших національних культур [9].

Важливо, що у сучасної Англії проблема сприйняття «англійськості» і «британськості» виходить новий план. У своєму недавньому дослідженні «The English question: What is the nation»s identity?» Марк Істон констатував, що жителі Англії, серед яких проводилося опитування, у 80% ідентифікують себе як англійці, а також і як британці. Однак він зазначив, що серед опитаних шотландців понад 80% респондентів чітко відповіли, що вони шотландці [4]. У результаті автор припускає, що на тлі останніх подій, що мають відношення до «Брекзиту», сприйняття себе як «англійця» стає більш пов»язане з націоналізмом.

Висновки. У підсумку нашої статті варто відзначити, що сучасний науковий дискурс стосовно англійської ідентичності визнає поняття «English identity», «English national identity», і «English ethnic identity» як взаємозамінні. В англійському документальному дискурсі ці терміни також часто використовуються як синоніми, і, зокрема, слово «Englishness» використовується для вираження цих аспектів ідентичності. Однак «Englishness» є поняттям, що має багатозначний характер і асоціюється як з етнічними, так і національними аспектами.

Словники та лексикографічні джерела підтверджують, що «Englishness» розглядається як культурна ідентичність, що враховує аспекти етнокультури, включаючи мову, культуру, історію та територію. Це свідчить про складність і мінливість поняття «англійськості.»

Важливою частиною дослідження є розрізнення між поняттями «English identity» і «British identity», які залишаються предметом дискусій у гуманітарному знанні. Відомі дослідники, такі як Пітер Акройд, вказують на важливість розрізнення англійськості та британськості, розглядаючи їх як різні аспекти ідентичності.

Велике значення для формування англійської ідентичності відіграла Вікторіанська епоха, під час якої розкривалися основні аспекти «англійськості» та культурні традиції. Сучасні дослідження показують, що жителі Англії ідентифікують себе як британців і англійців, але важливо розуміти різницю між цими поняттями.

Таким чином, «англійськість» є складним та багатогранним поняттям, яке визначається історичними, культурними та соціальними контекстами. Розуміння «англійськості» важливо для формування національної ідентичності та розглядається як ключовий аспект сучасної англійської ідентичності.

Список літератури:

1. Ackroyd P. Albion: origins of the english imagination. Nan A. Talese, 2003. 560 p.
2. Colley L. In defiance of oligarchy: the tory party 1714-60. Cambridge University Press, 2011.
3. Cottle B. The language of literature. London : Macmillan Education UK, 1985. URL: https://doi.org/10.1007/978-1-349-17989-3 (date of access: 20.10.2023).
4. Easton M. The English question: What is the nation’s identity?. BBC. 2018. URL: https://www.bbc.co.uk/news/uk-44306737 (date of access: 19.10.2023).
5. Featherstone S. Introduction: being english. Englishness. Edinburgh. P. 1–8. URL: https://doi.org/10.1017/upo9780748632541.001 (date of access: 20.10.2023).
6. Free on-line dictionary of computing. Choice reviews online. 2006. Vol. 43, no. 12. P. 43Sup–0384–43Sup–0384. URL: https://doi.org/10.5860/choice.43sup-0384 (date of access: 20.10.2023).
7. Gillingham J. B. The Teamsters Union on the West Coast. Berkeley : Institute of Industrial Relations, University of California, 1956. 90 p.
8. Greenfeld L. Globalisation of nationalism: the motive-force behind 21st century politics. Rowman & Littlefield Publishers, Incorporated, 2016. 328 p.
9. Kenny M. Englishness: the forbidden identity. The Guardian. 2010. URL: https://www.theguardian.com/commentisfree/2010/feb/11/english-nationalism-fight (date of access: 20.10.2023).
10. Kumar S. K. British Victorian literature: recent revaluations. New York : New York University Press, 1969. 506 p.
11. Lytton L. E. B. Pelham: Or, Adventures of a gentleman. Philadelphia : Lippincott, 1875.
12. Oxford English reference dictionary / ed. by P. Judy, T. Bill. Oxford : Oxford University Press, 1995. 1776 p.
13. Paxman J. Great britain»s great war. London, England : Viking, 2013. 356 p.
14. Shakespeare W. King henry V [henry V]. Oxford : Heinemann Educational, 1967.
15. Smith A. Set in a silver sea. New York : Morrow, 1984. 470 p.
16. Thackeray W. M. T. Book of snobs. Independently Published, 2019.
17. Wormald J. The Seventeenth Century (Short Oxford History of the British Isles). Oxford University Press, 2008. 280 p.

Ishchenko N. A., Potrivaeva S. I. THE PHENOMENON OF "ENGLISHNESS" IN MODERN ENGLISH LITERATURE

This article examines the historical context of the study of Englishness, as well as its interpretation in the contemporary postmodern novel, particularly in the works of Graham Swift and Peter Ackroyd. The main stages of learning English and the history of the definition of this concept in scientific literature are considered. An analysis of how the concept of Englishness has undergone changes over time and under the influence of various factors is carried out. The specifics of the embodiment of Englishness in Graham Swift's novels "The Last Orders" and "Waterland" are discussed. The image of London as a symbol of national identity in Peter Ackroyd's novel "London: A Biography" is also analyzed. Examines cultural codes and metaphors in Peter Ackroyd's London: A Biography and Albion: The Origins of the English Imagination. Special attention is paid to linguistic consciousness as a model of Englishness presented in the novel Albion: The Origins of the English Imagination. This article offers a comprehensive look at the phenomenon of "Englishness" in contemporary English literature, examining its historical development, the specificity of embodiment in novels, and the role of linguistic consciousness in this context. It contributes to a better understanding and interpretation of Englishness as an important aspect of cultural identity in the modern world. the article emphasizes that this strengthening of English identity does not preclude an interest in British identity, and many people continue to feel British. According to Mark Easton, the people of England surveyed identify themselves as English and British, respectively, but more than 80% of respondents identify themselves as Scottish. The article helps to understand the changing ideas about "Englishness" and "Britishness" in modern English society, illuminating the impact of current events, in particular, "Brexit", on the perception of national identities. This article lays the groundwork for a better understanding and interpretation of English identity as an important aspect of cultural identity in the contemporary world.

Key words: *Englishness, modern English literature, cultural codes, English culture, literary studies.*

UDC 811
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/30

Latifli S. B.
Institute of Literature named after Nizami Ganjavi

SIGNS OF JAMSHID AMIROV`S DETECTIVE

Over the centuries, detective prose has been refined and developed into a literary form. Detective prose was formed in the period when the concepts of logic and science were rapidly brought to the fore in society. The aim of the authors of these works is to explain the social origin of crimes, to consider certain moral issues and therefore, to describe events of great social and political importance and relevance in a broad plan. The roots of detective prose go back to ancient times. If we take into account the organization and formation of detective prose in Azerbaijan literature, we can say that different topics and content areas of detective prose have already appeared in this field. In the 50s and 60s of the 20th century, detective prose was formed in Azerbaijan literature. The foundation of detective prose in Azerbaijan literature was laid by Jamshid Amirov, an outstanding writer of the 20th century. Jamshid Amirov, the creator and prominent representative of Azerbaijan detective prose, wrote and created interesting works in this direction of artistic prose. In 1958, Jamshid Amirov opened a path to detective prose in our literature by publishing the story "Coastal Operation".

Jamshid Amirov is one of the authors in Azerbaijan literature who has his own style and handwriting and who brings innovation to our artistic prose. Detective works written by the writer were an important event of the era. The reason for this was that social themes were not prominent in the works written at that time. Jamshid Amirov, in his works, described all the events with nakedness and raised a number of important problems of the time.

The artistic traditions that the writer brought to Azerbaijan literature had a significant impact on the formation of our prose after him in terms of themes, ideas and craftsmanship. In the article, the formation of detective prose in Azerbaijan literature, the unique features and quality of Jamshid Amirov's detective prose, its idea-content characteristics, the moral-psychological burden and artistic structure of the world of images are characterized.

Key words: *detective, Jamshid Amirov's detective prose, work, plot, feature.*

Introduction to the problem. The emergence of a new literary genre is a process related to socio-historical changes and is an indicator of the eternal movement of artistic thought. Actual problems of different eras have always made people of science and art think and they have tried to shed light on the society by creating works in the way of doing work in this direction. As a result of the activity of writers in this field, new types, genres, currents, directions were formed both in the field of art and in the field of science. The increase in criminal processes in the world has created the basis for the emergence of criminal topics in literature. This problem worried the writers of the time and in order to prevent criminal incidents, they investigated the causes of the conflicting points in the society and reflected them in their works.

Crime, punishment of the criminal, restoration of justice, in short, the roots of this motive extend to ancient times and are reflected in the religious beliefs and mythology of peoples. All these elements created conditions for the emergence of the detective genre in literature. The meaning of the word "detective" in translation from Latin means research, search, study, as well as secret agent. As can be seen from its meaning, the search for mysterious criminal cases and the investigation of facts through logical analysis is the main feature of detective prose.

In Azerbaijan literature, the victory of good over evil, the establishment of justice at all times, the breaking of the chain of events with logical thinking, the investigation of crime and the traces of crime, the finding and punishment of the criminal and other plot lines can be found in the literary examples of different eras. Over time, various writers, based on the literary heritage and diversifying these plots, began to create a new direction. As a result, detective literature in Azerbaijan literature underwent a process of formation.

The extent of the problem. Although Jamshid Amirov's creativity has been studied by researchers, his works have not been extensively analyzed in terms of detective prose. If we look at the degree of development of the problem, we will see that the book "Detective genre in Azerbaijan literature in the context of world literature" published by Samira Mirbagirova in 2002 attracts attention [17]. The

book examines the detective genre in Azerbaijan and world literature and makes comparisons. An analysis of some of Jamshid Amirov's works is provided. In 2016, Jamila Abbasova's dissertation on "Detective Genre in Azerbaijan Literature" for receiving a Ph.D. degree in philology is also of this type. In this dissertation, the nature, form and types of the detective genre were analyzed and the contemporary status of the detective in Azerbaijani literature was determined [19]. In 2021, Tabassum Mukhtarova's dissertation on "Description of the spiritual world of the hero in the modern detective genre (based on the work of Chingiz Abdullayev)" for receiving the degree of Doctor of Philosophy in Philology is one of the successful works carried out in this direction [18]. In the research work, the history of the creation of the detective genre, the features of the genre and the creativity of Chingiz Abdullayev were thoroughly investigated [18]. The artistic features of the author's creativity, the theme and idea of his works have not become the object of extensive analysis. Investigating each of the author's works in a detective prose style can be considered a novelty of the research.

The purpose of the study. The purpose of the research is to determine the characteristics of the detective works of Jamshid Amirov, a prominent representative of detective prose in Azerbaijani literature.

Research methods. Theoretical analysis and generalization, observation methods were used in the research work.

Main part

Jamshid Amirov as the creator of detective prose

Jamshid Amirov, the first creator of detective works in Azerbaijan literature, is an artist chosen for his multifaceted, original method of artistic creation. The works written by the writer in the detective genre solve important problems of fighting crime, each character is characterized in its own way. The stories, novels and short stories written by the author have a high artistic value. He wrote the narratives " Coastal Operation " in 1958 [2], "The Diamond Case" in 1963 [3], "Black Volga" in 1966 [4], "Even one hang makes a sound" [5] in 1968 and his novels "My True Love" in 1969 [5], and "Far from the Homeland" [6], which he finished in 1969 and in 1982 he published his narrative "While the City Sleeps" [5]. The writer who wrote the realities, deformities and contradictions of life with artistic paints expressed his belief in the victory of right and justice.

Formation of detective prose.

"Detective literature began to develop intensively especially in the 1950s and 1960s" [8; 12]. Jamshid Amirov's detective prose became an important event of the time. The works of the famous writer are written on the theme of police and spy detective. Despite the fact that detective works differ in some characteristics in the literature of different times, there is a single concept in the plot of the works, which is the introduction of logical judgments during the crime and its investigation. Detective prose is dedicated to the gradual unraveling of the exact circumstances of a mysterious event by logically analyzing it. "The main feature of prose is that it is built on a plot containing a secret, so its two main elements are mystery and murder" [9; 10]. These principles are also followed in the author's detective prose. "The author's clear and fluid reasoning, description of the facts with the method of logical analysis, extensive and detailed information about the mentioned events caused his works to gain a wide readership" [7; 38].

Jamshid Amirov's detective prose

In some of J. Amirov's detective works, the crime is simple and takes place around one problem, while in others, it is distinguished by different crimes, differences in space and time, diversity of characters. For example, the author has two plot lines in the story "Coastal Operation" – the murder of Inga Shmigelskaite and her family, the robbery of Engineer Azimov's house, one plot line in the story "While the City Sleeps" – the murder of Tavakkul Badalov and three plot lines in the story "The Diamond Case" – the robbery of the house of newspaper reporter Huseyn Dadashov, the murder of Aziz Islamov and Lalazar Ismayilova, 3 plot lines in the novel "Black Volga" – the robbery of Revekka Solomonovna and Abram Lifshitsy, the pursuit of Mubarak Novruzzade, the murder of the fortuneteller Pelageya Panteleyevna. In the essence of a detective story, there should be a unity of style and overall mood. The investigation must have a unique methodology and be scientifically based. "During the investigation, he logically draws a plan to remove the traces of the crime he committed from himself, brings evidences and arguments to the police officers" [10; 20]. In the writer's narratives and novels, the investigative work carried out during the arrest of the criminal progresses in a chain and logical manner.

Jamshid Amirov's detective works describe human experience, feelings and in addition to reflecting emotions, analyze social, economic, historical, national and other aspects of society. Depicting social and internal conflicts between characters shows the strong psychological aspects of his detective works and as a result, the text acquires psychological intensity. Jamshid Amirov does not accuse them when describing the characters he creates, he reveals every detail about

that character and leaves it up to the reader to choose negative and positive images. The author looks at the past of the characters and analyzes their psychological state. In his works, Jamshid Amirov expressed the environment of his heroes in all situations and the factors affecting them. In all difficult, psychological situations faced by the images, he reflected the character of each one in detail.

The writer examines the social structure in his detective works and describes a society where there is a conflict between different social classes and their representatives. "Conflict arises due to unequal distribution of power and resources in society" [11; 23]. The psychological characteristics of the images and the details that encourage them to commit crimes are the main basis for the conflict in the detective story. "The American sociologist Charles Wright Mills notes that conflict arises when people are dissatisfied with the social environment and want to move to another environment" [14; 5].

Researchers note that the personality of the detective plays an important role in the works. The attractive and charming personality of a detective(secret agent) makes the work more readable and memorable. For this reason, the basic theme of many detective works is the elimination of danger and the neutralization of factors and persons that pose a threat to the life of society. In the works, various characters can act as detectives: law enforcement agencies, private detectives, relatives or friends of the victim, etc. According to this feature, detectives can be divided into 3 groups: professional, special and amateur detectives. In examples of world literature, a crime is usually investigated by a detective, but one of the unique features of Jamshid Amirov's works is the collective work of law enforcement agencies in discovering the traces of a criminal case (Ogtay Chingizov [1], Adil Jabbarov [1], etc.).

"It is an important factor that the concept of the world of "norms" and "anti-norms" is clearly visible in detective works" [15; 5]. Traditionally, the investigator represents the world of norms and the criminal the world of anti-norms. This principle characterizes the separation of images into positive and negative groups. Jamshid Amirov has comprehensively described the situation of his heroes in his works. In all the difficult, psychological situations faced by the negative and positive images, the character of each is reflected in detail. It encourages people to take the right path in society by showing the sufferings and hardships of negative images in the inner self, the dead end of the path they are on. Jamshid Amirov does not accuse them when describing the characters he creates, he reveals every detail about that character and leaves it up to the reader to choose negative and positive images.

Passwords are important in detective stories. These tools are used more often in the works written in the spy detectives. This is the main feature of Jamshid Amirov's works on spy detectives. We witness this in the author's stories "Coastal Operation" and "The Diamond Case" and the novel "My True Love". In the letter sent by Yadulla to Rantik, it is mentioned: "June 9 Yura turns 2 years old. Don't forget. (Bring two thousand manats on June 9). An example of this is the correspondence between Yadulla and Halima: The weather is calm. But don't go out to sea just yet. I'm afraid of the storm. (Nothing has happened, don't come out yet, I'm afraid of the police)" [3; 25].

The image is the carrier of the author's artistic thinking and ideas. The main artistic structure of the work is formed by the system of images. The ideas that the writer wants to convey to the reader are realized through an artistic image. "Each image created in a work of art and its characteristic features play an important role in conveying the main idea in the work" [6; 8]. Jamshid Amirov is so familiar with every event he addresses in the work that he can attract the reader's attention. He describes the fine details of the characters' professions so naturally that it seems as if he is an expert in this field. We witness this in the description of the activities of both counterintelligence and spies. He used many means to personalize and typify the character of his images.

Jamshid Amirov makes the images he created speak in their own language. This feature makes his images remain in memory even after years. The use of argoes and slangs in the author's works confirms this fact once again. Jargons are coarse expressions, used to characterize the language of heroes [1; 89]. Argo is the speech of people of the same social class or profession. For example: in the story "Diamond Case "sichan-pul" (mouse-money), majlis-gumar (party-gambling), etc., and in the novel "Black Volga" dash-bash (stone-head), gurd-pul (wolf-money), ulguj-bıchag (razor-knife), milton- milis ishchisi (milton-policeman), etc. argoes were used.

"In works of fiction, nicknames are used to add an emotional tone to the plot line, to describe the heroes figuratively and clearly" [12; 9]. In order to describe the criminal world, the author used the nicknames that characterize them in his detective works. It is through these nicknames that criminals manage to hide their true identity. They use these nicknames when they talk to each other and send encrypted messages to each other. For example: Pakhan and Zali-Subhanverdi,

Uzun- Heydarali, Professor- Mubarak Novruzzade, Gozbel – Bursali, Panjali – Aslan ("Black Volga") [4], Pistol-Yadulla, Qizilbarmag-Rantik ("Diamond Case") [3].

"The main decisive point of detective works is the methodical discovery by rational means of the exact conditions of a mysterious event or a series of events, usually an enigmatic problem related to an issue" [13; 21]. Ambiguity is an important factor in detective stories. The main point of doubt is the identity of the perpetrator. A detective work is always an enigma, a mystery that the reader follows along with the author. The reader solves independently, not only gets the opportunity to think, but also logically demonstrates deductive abilities, analyzes the psychology of characters.

The main content of detective works is the search for truth. In these works, there is a conflict between good and evil. Another feature of Jamshid Amirov's detective works is that the struggle between good and evil ends with the victory of good. Criminals are eventually punished before a court of justice. This is one of the main principles of detective prose and indicates that justice will always win.

If there is a tool that binds any work of art into a complete unity, it is the artist's unique spiritual attitude to the object of the image. Indeed, one of the main factors determining Jamshid Amirov's creativity is the use of rich descriptions in his works. He describes images, the environment, any inanimate object so finely that the image or object comes alive in the eyes of the reader.

The literary-aesthetic traditions created by Jamshid Amirov in Azerbaijan literature had a significant impact on the formation of our prose after him in terms of themes, ideas and craftsmanship.

Conclusions. As a result of the research, the features of Jamshid Amirov's detective works can be summarized as follows:

1. In the center of his works, 3 questions are asked according to the principles of detective prose: who? Whom? Why?
2. The detective structure proceeds in this direction: the committing crime, the investigative process, the solution, the analysis of evidence and facts.
3. The victory of good and the establishment of justice as a result of the struggle between good and evil in the final of the works.
4. Using dialogues and monologues to reveal the psychological world of the hero.
5. Creation of various portraits to reveal the content and idea of the artistic image.
6. Using argues and slangs to typify images.
7. Participation of law enforcement officers in the role of detectives.

Bibliography:

1. Azərbaycan Sovet Ensiklopediyası. 10 cilddə, I cild. Bakı: Azərbaycan Sovet Ensiklopediyası Baş redaksiyası, 1980. 592 səh.
2. Əmirov Cəmşid. Sahil əməliyyatı. Bakı: Uşaqgəncnəşr, 1958. 273 s.
3. Əmirov Cəmşid. Brilyant məsələsi. Bakı: Azərnəşr, 1963. 327 s.
4. Əmirov Cəmşid. Qara Volqa. Bakı: Azərnəşr, 1966. 310 s.
5. Əmirov Cəmşid. Şəhər yatarkən. Bakı: Yazıçı, 1982. 197 s.
6. Əmirov Cəmşid. Vətəndən uzaqlarda. Azərnəşr. Bakı, 2009. 364 s.
7. Chesterton, Gilbert Keith. “How to write a Detective Story.” The Chesterton Review 10.2 (1984): 111–118.
8. Damirli, D.A. Father's love. Baku: 2007, 192 pages.
9. Emsley, C., & Shpayer-Makov, H. (Eds.). (2006). Police detectives in history, 1750-1950. Ashgate Publishing, Ltd..
10. Holman, Gavin. What is the Appeal of Detective Fiction. Diss. L, 1981.
11. Jordan Conally. What makes a detective: Character in detective fiction. 2019, 20 s.
12. Knapp, Peter Hazard. One World--Many Worlds: Contemporary Sociological Theory. Vol. 1944. HarperCollins College, 1994.
13. Freeman, R. A. The Best Dr. Thorndyke Detective Stories. Courier Dover Publications. 2017, 220 p.
14. G.K.Chesterson. İn defence of detective literature. The Chesterson Review, 1984, 11–118 p.
15. Mills, Charles Wright and Irving Louis Horowitz. Power, Politics and People. The Collected Essays of C. Wright Mills. Edited and with an Introduction by Irving Louis Horowitz.[With a Portrait and a Bibliography.]. Oxford University Press, 1963.
16. Stephen K. Crime Fiction 1800–2000: Detection, Death, Diversity. Houndmills, UK: Palgrave Macmillan, 2004, 56–76 pp.
17. Mirbağırova S. Azərbaycan ədəbiyyatında detektiv janr dünya ədəbiyyatı kontekstində. Bakı: BDU. 2002. 155s.
18. Muxtarova T. Müasir detektiv janrında qəhrəmanın mənəvi dünyasının təsviri (Çingiz Abdullayevin əsərləri əsasında). Bakı: 2021. 148 səh.
19. Abbasova C. Azərbaycan ədəbiyyatında detektiv janr. Bakı: 2016. 135 s.

Лятіфлі С. Б. ПРИКМЕТИ ДЕТЕКТИВА ДЖАМШИДА АМІРОВА

Протягом століть детективна проза удосконалювалась і перетворювалася на літературну форму. Детективна проза формувалася в період стрімкого висування в суспільстві понять логіки та науки. Метою авторів цих праць є пояснити соціальне походження злочинів, розглянути певні моральні питання, а отже, описати події великої суспільно-політичної ваги та актуальності в широкому плані. Коріння детективної прози сягає глибокої давнини. Якщо брати до уваги організацію та становлення детективної прози в азербайджанській літературі, то можна сказати, що в цій галузі вже виникли різні тематики та змістові напрями детективної прози. У 50–60-х роках 20 століття в літературі Азербайджану формується детективна проза. Основу детективної прози в азербайджанській літературі заклав Джамшид Аміров, видатний письменник 20 століття. У цьому напрямку художньої прози писав і створив цікаві твори Джамшид Аміров, творець і видатний представник азербайджанської детективної прози. У 1958 році Джамшид Аміров відкрив шлях до детективної прози в нашій літературі, опублікувавши повість «Берегова операція». Джамшид Аміров – один із авторів азербайджанської літератури, який має власний стиль і почерк і вносить новаторство в нашу художню прозу. Важливою подією епохи стали детективні твори письменника. Причина цього полягала в тому, що соціальна тематика в творах того часу не була помітною. Джамшид Аміров у своїх творах відверто описував усі події, порушував низку важливих проблем того часу. Художні традиції, принесені письменником в азербайджанську літературу, мали значний вплив на формування теми, ідеї та майстерності нашої прози після нього. У статті охарактеризовано становлення детективної прози в азербайджанській літературі, унікальні особливості та якості детективної прози Джамшида Амірова, її ідейно-змістові характеристики, морально-психологічне навантаження та художню структуру світу образів.

Ключові слова*: детектив, детективна проза Джамшида Амірова, твір, сюжет, особливості.*

ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

УДК [82.091+821.161.2+821.521]
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/31

Крижановська О. О.
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

Малахова Ю. В.
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

Борзова О. Д.
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

МЕТАФОРИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТУ «ЛЮБОВ» У ПОЕЗІЯХ ТОДОСЯ ОСЬМАЧКИ Й ЙОСАНО АКІКО: ПОРІВНЯЛЬНО-ТИПОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

У статті наголошується, що в літературознавстві концепт, репрезентуючи метафоричну дійсність, пов'язаний із поняттями «образ», «ідея», «архетип». Концепт «любов» розкривається через низку різних метафор, які дозволяють зрозуміти його семантичну наповненість й глибину. У статті розглядається метафоричне функціонування концепту «любов» у різних картинах світу. Дослідники доводять, що метафорична репрезентація концепту «любов» у поетичному світі розкриває авторський світогляд й емоційний стан. Об'єктом порівняльно-типологічного дослідження обрано поезії Т. Осьмачки «Чекання» і «Весна» зі збірки «Скитські вогні» (1925) й танка Йосано Акіко (збірка «Розплетена коса» (1901)). Доведено типологічну спільність поезій Т. Осьмачки й Й. Акіко у розкритті концепту «любов». Ліричні герої митців репрезентують глибину почуттів і суголосність авторським переконанням. Підкреслено, що твір Т. Осьмачки «Чекання» й танка Й. Акіко розкривають концепт «любов» через метафори «самотність» й «очікування», мають схожу семантичне наповнення. Акцентовано, що твір Т. Осьмачки «Весна» й танка Й. Акіко репрезентують концепт «любов» через низку метафор – «самотність», «очікування», «весна», «ніч», «зневіра». Поетичні тексти розкривають самотність героїв й пошуки кохання. З'ясовано, що домінантною метафорою поетичних текстів є «весна», яка у поезіях українського і японської авторів має традиційне семантичне наповнення. Наголошується, що метафора «весна» у поезіях авторів репрезентує очікування кохання й неможливість подолати самотність. У поезіях Т. Осьмачки та Й. Акіко концепт «любов» реалізовано й через метафору «ніч» (має семантику смутку, тривоги, самотності й еротичні мотиви) та через символіку числа три. Метафора «зневіра» типологічно об'єднує поезії Т. Осьмачки та Й. Акіко. Наголошується, що поетичні твори українського й японської авторів демонструють трагічну розв'язку й драматизм ліричного сюжету.

Ключові слова: *порівняльно-типологічний аспект, концепт, метафора, семантика, мотив, ліричний герой. українська література, японська література.*

Постановка проблеми. Концепт – є одним із засобів світосприйняття, репрезентує зв'язок мови і культури, мови й мислення. А. Загнітка наголошує, що концепти – «ментальні утворення, основним виявом яких постають збережувані в людській пам'яті в тих чи інших стереотипах усвідомлювано-типізовані фрагменти досвіду, що уможливлює передання інформації про них іншим» [7, с. 16]. К. Протопопова, розглянувши різні визначення дефініції «концепт», підсумовує, що у літературознавстві під концептом слід «розуміти образ, символ, ідею або наскрізний мотив, який чітко розкривається у тексті, є визначальним, тобто основоположним словом; концепт

можна тлумачити й асоціативно відповідно до різних думок і точок зору» [9].

Дослідники Дж. Локофф та М. Джонсон дійшли висновку про те, що людське мислення є метафоричним. Вчені довели, що метафора – головний механізм формування концептуальних форм свідомості. Відповідно до концепції Дж. Локоффа та М. Джонсона особистість не сприймає явища й речі однозначно, вона завжди асоціює їх із тим, що вже відомо: «We have found, on the contrary, that metaphor is pervasive in everyday life, not just in language but in thought and action. Our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature. The concepts that govern our thought are not just matters of the intellect. They also govern our everyday functioning, down tothe most mundane details. Our concepts structure what we perceive, how we get around in the world, and how we relate to other people. Our conceptual system thus plays a central role in defining our everyday realities» [2].

Метафора є в кожній частині реального життя людини й пробуджує її мислення, створює особливу метафоричну концептуальну систему. Отже, концепт, репрезентуючи метафоричну дійсність людини, у літературознавстві пов'язаний із поняттями «образ», «ідея», «архетип» та має власні унікальні характеристики. Концепт «любов» розкривається через низку різних метафор, які дозволяють зрозуміти його наповненість й глибину.

Форманова С., Форманова О., аналізуючи лінгвоментальні особливості концептів «любов» та «кохання», зазначають, що «єдиного визначення любові не існує, кожен трактує його по-своєму, але всі сходяться на тому, що без любові нічого в світі не відбувається: вона оточує нас і вдома, і на роботі, і на відпочинку, бо без любові людина нічого не варта. Любові притаманні такі якості, як бажання прощати, довіряти, турбуватися про коханих. Звичайно, любов не існує сама по собі, вона тісно пов'язана з іншими почуттями, такими як дружба, ревнощі, ненависть» [12, с. 213]. У дослідженні розглядається функціонування концептів «любов» і «кохання» у різних картинах світу та наголошується, що світогляд формує особливості їх семантичного наповнення. Зазначено особливості біблійного втілення любові, «любов в релігійній картині світу поділяється на любов Божу, та на любов людей до Бога, до своїх ближніх, а також до своїх ворогів. Божа любов безкорисна. Незважаючи на обличчя, Бог бажає спасіння кожній людині і тому проявляє свою любов до кожного. Біблія радить любити не лише своїх рідних, своїх чоловіків чи дружин, але й своїх ворогів. Любов людини до Бога має дещо інший характер; вона носить назву любов–потреба» [12, с. 213–214]. Думка дослідників корелюється із 13 розділом першого послання Апостола Павла до каринтян: «Любов довго терпить, любов милосердна, не заздрить, любов не величається, не гордиться, не поводиться непристойно, не шукає свого власного, не спалахує гнівом, не задумує лихого, не радіє з несправедливості, а радіє з істини; усе переносить, усьому довіряє, завжди надіється, усе перетерпить» [4].

Дослідниці акцентують, що у філософській картині світу любов має наступний поділ: «любов-толерантність, любов-ерос, любов-пристрасть, любов-дружбу» [12, с. 214]. Світська картина світу, на думку Формановї С., Формановї О., поділяє любов «на романтичні стосунки та на фізіологічний потяг. У філософській картині світу змінено послідовність розвитку почуттів. Перед дружбою йде любов-ерос. У релігійній картині світу є дві любові: любов Бога до людини та любов людини до людини» [12, с. 214].

Підсумовуючи міркування про втілення любові у різних картинах світу, дослідниці підкреслюють, що «любов в релігійній картині світу має якісні характеристики, діє в часі, впливає на всіх людей та існує заради всіх нас. Любов може бути сильною, не підвладною законам, слова їй не потрібні, вона говорить сама за себе і приховати її неможливо. Її місце у шлюбі, між родичами та коханими. Результатом є правдивість та чесність цього почуття. Отже, концепт «любов» існує у всіх картинах світу, тільки має різні забарвлення» [12, с. 214].

Погодимося із запропонованим Формановою С. та Формановою О. визначенням трьох взаємопов'язаних складників концепту любов у поетичних творах: «Концепт «любов» у поезії є складною сутністю, яка має певну думку і певні почуття; вона формується у свідомості поета трьома смисловими концептуальними ознаками: «почуття гарячої сердечної прихильності, потяг до коханого»; «почуття глибокої довіри та схильності до Батьківщини, друзів»; «постійна, сильна схильність, переймання поетичною творчістю». Перераховані слоти концепту «любов» не мають чітких меж, вони розкривають нерозривну єдність між поетичною творчістю, коханням та любов'ю» [12, с. 214].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження концептів займає значне місце в сучасних філологічних студіях (дослідження

О. Місінькевич, А. Загнітка, А. Приходько, О. Потапенко, В. Кононенко, І. Вишпольська, К. Білобровська (Протопопова), С. Форманова, Ю. Форманова та ін.). Однак порівняльне вивчення метафоричної репрезентації концепту «любов» в поезіях Тодося Осьмачки і Йосано Акіко ще не стало предметом наукової уваги.

Мета статті – спираючись на запропоновані дослідниками складові концепту «любов», проаналізувати спільність і своєрідність його метафоричного втілення в поезіях українських та японських митців – Тодося Осьмачки і Йосано Акіко.

Виклад основного матеріалу. Метафорична репрезентація концепту «любов» у поетичному світі митця пов'язана із його світоглядом, емоційним станом, життєвими переконаннями. Ліричний герой Т. Осьмачки репрезентує глибину почуттів, суголосність авторським переконанням. Схожий світогляд бачимо й у творчості Йосано Акіко. Характеризуючи поетичний світ японської поетеси, М. Федоришин наголошує: «Вірші Йосано Акіко – сплав класичної асоціативності танки з сучасністю змісту. До речі, про це ще. Йосано Акіко була глибоким знавцем японської класичної літератури, свідчить хоча б той факт, що тривалий час її переклад роману «Ґендзі моногатарі» сучасною японською мовою вважався хрестоматійним. Свої танки Акіко складала, не наслідуючи давніх зразків, але глибоко засвоюючи їхню тропіку й розгалужену асоціативність. Тому й не дивно, що чимало танок Акіко при всій своїй новизні перегукуються з віршами класичних антологій «Манйосю», «Кокінсю», «Сінкокінсю». Збірка «Розплетена коса» – один із шедеврів японської літератури, помітний внесок до скарбниці світової лірики» [13, с. 120]. М. Федоришин справедливо зазначає, що «Йосано Акіко пристрасно й переконливо проголосила потаємну думку кожної японської жінки – про право на кохання» [13, с. 119].

Для дослідження метафоричної репрезентації концепту «любов» ми взяли твори Т. Осьмачки «Чекання» і «Весна» зі збірки «Скитські вогні» (1925) й танка Йосано Акіко (збірка «Розплетена коса» (1901)).

Твір Т. Осьмачки «Чекання» розкриває концепт «любов» через метафору «самотність». Очікування стає домінантою життя ліричного героя, котрий переживає нерозділене кохання: «Зорі влинули на хмарах, / Курів сніг з небес; \ Ішли люди всі у парі, / А я ждав тебе» [8, с. 35].

Ліричний герой повторює слова «два» і «пара», які метафорично репрезентують єднання з коханою: «Догоріли в замку-залі / і сміх і вогні… / Розійшлися людські пари / і дорогі нічні» [8, с. 35].

Й. Акіко не відтворює пару закоханих, вона пише про свою таку ж самотню подругу, котра допомагає їй пережити розчарування в любові: «Обидві стоїмо / У кожної своє на думці / Сосновий вітер / Їй в обличчя / І мені. / Того вечора / Як ти мене покидав / Ми разом / На стовпі написали / Танку про білу квітку» [13, с. 130–131].

Така метафорична репрезентація типологічно близька до поезії Т. Осьмачки. Ліричний герой вічно чекає кохану дівчину біля двох колон чорного замку: «І той замок підпирали / та й колони дві… / Там я ждав тебе віками / і сам скам'янів» [8, с. 35].

Замок символізує радість взаємної любові й щасливе життя, але для героя вони недосяжні. Поет підкреслює, що очікування біля входу, біля колон стає для героя трагедією: «А я жду тебе самотній, / Де колони дві, – / Ринуть зорі у безодні / Із віїв моїх» [8, с. 36].

Й. Акіко також втілює концепт «любов» через метафору «очікування»:

Цвіт шипшини
Приколола в коси
Ще й в руці тримаю
Довгий день у полі
Виглядаю тебе [13, с. 130].

Концепт «любов» у поезії Т. Осьмачки «Весна» репрезентовано через низку метафор. «Самотність» і «очікування» у цьому поетичному тексті переплітаються із твором «Чекання». Метафори демонструють самотність героя й пошуки кохання. Зазначимо, що домінантною метафорою поетичного тексті є «весна», яка має традиційну семантику. Поєднання весни й любові стало стереотипним у поетичному мистецтві. Т. Осьмачка акцентує, що для ліричного героя весна – кохана, тому він чекає на свою весну й шукає її:

А хто ж мені скаже, де моя весна
нагріва тумани,
сіє білий цвіт? [8, с. 36].

Танка Й. Акіко типологічно близькі до поезій українського автора. Метафора «весна» репрезентує концепт «кохання» й має схожу семантику: очікування кохання, неможливість подолати самотність й знайти свого нареченого: «Минає весна, / У кожній струні / Думка одна, / Як палах-котить / Моя довга коса» [13, с. 132]; «Весняна ріка / У щасливому сні / Коханому в далеч / Червоний світанок / Пошлю по воді» [13, с. 135].

Концепт «любов» у поезії Т. Осьмачки «Весна» реалізовано через метафору «ніч» й через символіку числа три. У багатьох творах автора простежується звернення до фольклорних мотивів

і образів. Звернення до числа три дозволяє досягти зв'язку поезії з усною народною творчістю, з мотивом тричі випробувати долю: «Я ходив три ночі на запашне сіно / Весни виглядати… / Ой три ночі в травні / Капали зірки / У гарячі очі / Мої молоді. / І там розтоплялись золотом колючим, / Пробивали серце й хлюпали в жилах!» [8, с. 37].

Порівняємо із поезією Й. Акіко із збірника «Розплетена коса»: «Три роки / Ні імені не чула / Ані його вірша / Немічне серце / Щодень знемагає» [13, с. 134].

Авторка, як і в поезії Т. Осьмачки, звертається до числа три. Лірична героїня чекає коханого довгі три роки, вона втратила надію, самотність та очікування підпорядковують усе її існування.

Метафора «ніч», репрезентуючи концепт «любов», має семантику смутку, тривоги, самотності й омріяного бажання бути з коханим. У танка Й. Акіко метафора «весна» має такі складові. Лірична героїня розкриває свій внутрішній світ, своє спрагу кохати й бути коханою: «О звичка / Вже й на ріку іду / Де кулики співають свою вечірню пісню / Не йду / Танцюю» [13, с. 133] «Я вибігла з дому / Довкола туман / Нема його / З вечірнього дзвону / Самотність одна» [13, с. 135].

До ліричного героя поезій Т. Осьмачки «Весна» на четвертий день до прийшла його кохана дівчина, яка принесла смерть. Відтворення емоційного напруження тексту реалізовано у творі через поєднання еротичних й фольклорних мотивів: «І прийшла весна / До мене на луг… / Мене обнімала, сміючись, казала: /«Батько сплять на дворі, на кованім возі, / Я ж втікла із клуні під зоряне небо / Грудей молодих / Од жаги вітрами – / Дротами дзвенить!.. / Розпущу я коси на дроти гарячі, – / Твої руки й ноги навіки вмотаю / В дику заметіль!..» / Мне цілувала, а вила бряжчали / У наших ногах… / А з мойого неба зорі випадали / У жіноче лоно, наче у безодні / Степових озер!» [8, с. 37–38].

Т. Осьмачка, створюючи образ смерті, підкреслює «Розпущу я коси». Збірка Й. Акіко має назву «Розплетене коса» («О ніч яка рожева / В розплетених косах / Напевно згубляться / Ті пахощі від лілій / В покою втіхи» [13, с. 121]). Вважаємо, що це є одним із факторів, підтверджуючих нашу думку про типологічну близькість поезій українського й японської митців. Концепт «любов» й метафора «весна» у танка Й. Акіко також репрезентовані через еротичні мотиви й образи: «Весняна ніч / Чарівна і розкішна / Безсила повернуть його мені / На струни кото впала / Моя розплетена коса» [13, с. 121]. «Весна коротка / Щоб шукати шлях /До вічного життя./ Мої тужаві перса / Хай пестить його рука. / О юначе / Чи чуєш цитри звук / У персах цих / Що за подушку будуть / Тобі в гостях у мене. / Вірша мені присвятив / А тепер відмовляєшся / Що був то жарт хмільний / На папері закреслиш / Я ж із серця свого не викреслю» [13, с. 134].

У поезії Т. Осьмачки концепт «любов» репрезентовано також через метафору «зневіра», це типологічно близько й танка Й. Акіко. У фіналі твору українського автора драматизм й сюжетна напруженість досягають трагічної розв'язки. Кохана виявляється підступною вбивцею, вона символізує смерть (дівчина з вилами перегукується з традиційним образом смерті з косою). Ніч кохання закінчується смертю героя й питанням до нього:

– Дурню!

Де ж твоя весна! [8, с. 38].

Схожу репрезентацію концепту «любов» через метафору «зневіра» бачимо й в танка Й. Акіко. У поезіях є драматична напруженість, але немає метафори смерті. Любов для ліричної героїні трагічна через самотність, розчарування, гіркоту втрати кохання: «Виє вітер у голім полі, / Мов тужливий плач богів, / Що на літо / Дали квітам / Простір вільної любові. / Не про дорогу праведну / І потойбічне / Забудь про шану й славу / Отут між нами / Вічне кохання на життя / Вмить / Квітка весняна / Блякне / Перед богом сумнівів / Богом зневіри» [13, с. 135].

Висновки. Отже, ми розглянули метафоричну репрезентацію концепту «любов» у поезіях Т. Осьмачки «Чекання» й «Весна» й збірнику танка Й. Акіко «Розплетена коса». Доведено, що твори українського й японської митців мають типологічну спільність. Втілюючи концепт «любов», поети звертаються до таких метафоричних складових: «самотність», «очікування», «весна», «ніч», «зневіра». Ці метафори розкривають душевний стан ліричних героїв, їхнє прагнення подолати самотність й розгубленість перед жорстоким світом. Перспективи дослідження вбачаємо у залученні інших поетичних текстів Т. Осьмачки й Й. Акіко, які дозволять розкрити метафоричну репрезентацію концептосфери митців.

Список літератури:

1. Boros G., Herman D., Moors M. The Concept of Love in 17th and 18th Century Philosophy. https://doi.org/10.2307/j.ctt9qf10t

2. Johnson M., Lakoff G. Metaphors we live by. URL: https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/M/bo3637992.html

3. Šeškauskaitė D. The concept of love in lithuanian folklore and mythology. URL: https://doi.org/10.18533/journal.v2i2.73

4. Біблія. Переклад Р. Турконяка. URL: https://bible.by/utt/53/13/

5. Вознюк Г. Сезонні слова кіґо в поезії Йосано Акіко. *Актуальні питання філологічних наук*: *наукові дискусії*. Херсон: Видавництво «Молодий вчений», 2020. С. 19–23.

6. Гаєвська О. Типологія неоромантизму Йосано Акіко, Лесі Українки та Уїли Кесер: дис... канд. філол. наук: 10.01.05. Київ, 2004. 172 с.

7. Загнітко А. Класифікаційні типології концептів. *Лінгвістичні студії*. 2010. Вип. 21. С. 12–21.

8. Осьмачка Т. Хто: Поезії. Київ. : Веселка, 1995. 206 с.

9. Протопопова К. Концепт «Істина» у новелі Б. Антоненка–Давидовича «Що таке істина?». URL: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v43/part_1/21.pdf

10. Скорський М. Тодось Осьмачка: Життя і творчість. Київ: Український Центр духовної культури, 2000. 224 с.

11. Слабошпицький М. Поет із пекла (Тодось Осьмачка): роман-біографія. Київ: Ярославів Вал, 2011. 368 с.

12. Форманова С., Форманова О. Концепти «любов» та «кохання» в українській лінгвоментальності. *Південь України : етноісторичний, мовний, культурний та релігійний виміри* : зб. наук. пр. Одеса : , 2011. С. 212–218.

13. Японська література. Том. ІІІ. (XIX–XX ст.). Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 536 с.

Kryzhanovska O. O., Malakhova Yu. V., Borzova O. D. METAPHORICAL REPRESENTATION OF THE CONCEPT OF "LOVE" IN THE POEMS OF TODOS OSMACHKA AND YOSANO AKIKO: A COMPARATIVE-TYPOLOGICAL ASPECT

In the article, the authors write that the concept in literary studies represents the metaphorical reality of a person and is related to the concepts of "image", "idea", "archetype". The authors of the article found out that the concept of "love" is revealed through a number of different metaphors. These metaphors make it possible to understand the semantic content of the concept of "love". In the article, the authors consider the functioning of the concept of "love" in various worldviews. The researchers prove that the metaphorical representation of the concept of "love" reveals the author's worldview and emotional state of the author in the poetic world. The authors of the article chose the object of a comparative typological study of Todos Osmachka's poetry "Waiting" and "Spring" and Yosano Akiko's tanka (collection "Untangled Braid"). The authors of the article proved the typological commonality of the poems of Todos Osmachka and Yosano Akiko in the representation of the concept of "love". The lyrical heroes of the poems represent deep feelings and consonance with the author's convictions. The authors of the article emphasize that Todos Osmachka's work "Waiting" and Ysano Akiko's tank reveal the concept of "love" through the metaphors of "loneliness" and "waiting" and have a similar semantic content. The authors of the article emphasize that Todos Osmachka's work "Spring" and Yosano Akiko's tank represent the concept of "love" through a number of metaphors – "loneliness", "waiting", "spring", "night", "disappointment". Poetic texts represent the loneliness of the heroes and the search for love. The authors of the article found out that the dominant metaphor of poetic texts is "spring", which has a traditional semantic content in the poetry of Ukrainian and Japanese authors. The authors of the article emphasize that the metaphor "spring" in the poetry of Ukrainian and Japanese poets represents the expectation of love and the impossibility of overcoming loneliness. In the poems of Todos Osmachka and Yosano Akiko, the concept of "love" is realized through the metaphor of «night» (which has the semantics of sadness, anxiety, loneliness, and erotic motives) and through the symbolism of the number three. The metaphor "disappointment" typologically unites the poetry of Todos Osmachka and Yosano Akiko. The authors of the article emphasize that the poetic works of Ukrainian and Japanese authors demonstrate the tragic outcome and drama of the lyrical plot.

Key words: *comparative-typological aspect, concept, metaphor, semantics, motive, lyrical hero. Ukrainian literature, Japanese literature.*

МОВИ НАРОДІВ АЗІЇ, АФРИКИ, АБОРИГЕННИХ НАРОДІВ АМЕРИКИ ТА АВСТРАЛІЇ

УДК 811.521
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/32

Дементьєва Т. С.
Київський національний лінгвістичний університет

Вознюк Г. А.
Київський національний лінгвістичний університет

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ ЯПОНСЬКИХ ГОЛОСНИХ ЗВУКІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ: ПИТАННЯ ВІДПОВІДНИКІВ І «ДИФТОНГІВ»

Стаття присвячена аналізу японських голосних звуків і пошуку найближчих їм відповідників в українській мові, а також висвітленню проблеми японських «дифтонгів» та способам практичного транскрибування / транслітерації цих звукосполучень українською мовою. У роботах українських науковців, присвячених японській фонетиці чи транскрибуванню японської мови засобами української, у переважній більшості випадків можемо знайти згадки про «дифтонги», однак аргументація їх існування відсутня.

У статті розглянуто, проаналізовано та наведено порівняння японських і українських голосних звуків; висвітлено проблематику визначення дифтонгів та з'ясовано, що дифтонги у традиційному розумінні відсутні в обох мовах. У японській мові для опису сполучень голосних використовується термін «послідовність / збіг голосних» та існує певна невизначеність між ним і поняттям «дифтонг». З'ясовано, що на сприйняття збігів голосних як дифтонгів впливають швидкість і акуратність мовлення, а також ритмічна структура японської мови. Також було проаналізовано вимову сполучення /ei/ і в контексті транскрибування / транслітерації нами було виділено чотири різновиди цього звукосполучення у сучасній стандартній японській мові. Було розглянуто варіанти запису українською мовою не лише іменників, а і слів зі змінними елементами, а також складних випадків із послідовністю більше двох голосних звуків. У роботі наведені правила транслітерації всіх можливих комбінацій японських якісно різних голосних звуків як у межах однієї ієрогліфічної основи, так і на стику морфем, при цьому, по можливості, також були враховані правила поєднання голосних звуків в українській мові.

Ключові слова: *японська мова, фонетика японської мови, голосні звуки, дифтонги, транскрипція, транслітерація.*

Постановка проблеми. Попередні спроби українських японістів створити оптимальну систему транскрипції, що максимально зберігала б японське звучання і задовольняла український правопис, наштовхувалися на проблеми, пов'язані з записом японських голосних, тож це питання потребує глибшого аналізу.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Дослідженнями японських голосних протягом XX–XXI століть займалися такі відомі японські та західні вчені, як Кіндаїчі Харухіко, Окада Хідео, Іноуе Фуміо, Кубодзоно Харуо, Шін'їчі Танака, Сайтō Йошіо, Лоуренс Лабрюн, Тімоті Венс, Ōтака Хіромі, Кікуо Маекава та багато інших. Натомість серед українських науковців висвітлення питань японських звуків є поки недостатнім. Варто згадати Комарницьку Т. та Комісарова К. (2012), які серед різних мовних рівнів сучасної японської мови виконали також огляд фонетичного рівня. Федоришин М. (1994), Бондаренко І. (1999), Рубель В. (2009), Бондар О. (2012) тощо представили свої розробки систем транскрипції / транслітерації японської мови засобами української. Докладне порівняння фонетичних систем японської та української мов здійснив Коваленко О. («Система японсько-української практичної транскрипції. Фонетичний аналіз», 2012).

Ми ж спираємося на «Ілюстрації МФА» (міжнародного фонетичного алфавіту; англ. IPA)

японської (Okada, 1999) та української (Pompino-Marschall, Steriopolo, & Żygis, 2017) мов, доповнені даними наших українських попередників, а також новими дослідженнями японських і західних лінгвістів.

Мета статті – актуалізувати дані про японські голосні звуки, розглянувши питання наявності «дифтонгів» у японській мові та способи запису таких звукосполучень українською мовою.

Виклад основного матеріалу. У сучасній стандартній японській мові нараховується п'ять голосних, артикуляція яких в цілому досить чітка, але не дуже напружена [10]. Прим. авт.: тут і надалі ми використовуємо символи латинського алфавіту для позначення фонем і символи МФА для позначення звуків обох мов.

Фонема /a/ реалізується як неогублений голосний середнього ряду низького підняття [a] [12, с. 117; 10]. Коваленко О. [4, с. 201] (цит. по: Сайтō Йошіо, 1997, с. 84) додає, що більш уточнено цей звук записується як [a̟], [ɑ̟], [ä], що демонструє проміжну позицію японського звука між [a] і [ɑ]. Наголошений український голосний /a/ традиційно описується як голосний заднього ряду (або трохи ближчий до середнього) низького підняття. Хоча в ілюстрації МФА [13, с. 353] його позначено звуком середнього ряду [a], за результатами аналізу Вакуленка М. [14, с. 199] цей звук є скоріше голосним заднього ряду [ɑ] (уточнено [ɑ⁺]). Таким чином звук, що в українській мові записується літерою «а» (у наголошеній позиції як у слові «м**а́**ма») можна вважати найближчим відповідником до японського [a].

Фонема /i/ реалізується як неогублений голосний переднього ряду високого підняття [i] [12, с. 117; 10]. Коваленко О. [4, с. 201] (цит. по: Сайтō Йошіо, 1997, с. 84) додає, що більш уточнено цей звук записується як [i̟]. Український наголошений /i/ класифікують як голосний переднього ряду високого підняття [i]. Ненаголошений /i/ дещо опущений і втягнутий, але суттєво не відрізняється і може позначатись як [i̟] [14, с. 204], що дозволяє вважати український і японський звуки /i/ практично повними відповідниками. Крім того в обох мовах /i/ зазвичай призводить до палаталізації попереднього приголосного [12, с. 118; 14, с. 204]: українські приголосні пом'якшуються, а деякі японські навіть перетворюються на інші звуки (пом'якшені алофони фонем /s, t, n, h, z/, напр., ち [ɕi], し [ɕi], に [ɲi̟]).

Фонема /u/ реалізується як неогублений (вимовляється зі стиснутими губами) голосний заднього ряду високого підняття [ɯ] [12, с. 118; 10]. Точніше його можна транскрибувати як [ü̟], [ɯ̟̈], а також [ɨ] у мовленні молодших вікових груп [12, с. 118]. Лоуренс Лабрюн додає, що його фонетична якість варіюється між [ɯ], [ɯ̈], [ᵘ] і [ⁱ], проте огублення присутнє принаймні фонологічно, оскільки гортанний фрикативний /h/ перед /u/ завжди губно-губний ([ɸ]), тоді як перед /a, o, i, e/ – ні. Це явище було б неможливо пояснити, якби /u/ не містив певного ступеня фонологічної лабіальності [10]. Найближчим відповідником до неогубленого японського [ɯ] в українській мові є «сильно огублений» [u] (літера «у» в наголошеній позиції), який також є голосним заднього ряду високого підняття [14, с. 203]. Зважаючи на це при порівнянні звуків /u/ в японській і українській мовах важливо звертати увагу саме на ступінь огубленості.

Фонема /e/ реалізується як неогублений голосний переднього ряду високосереднього підняття [e] [12, с. 118; 10]. Коваленко О. [4, с. 202] (цит. по: Сайтō Йошіо, 1997, с. 93) уточнює, що цей звук займає проміжну позицію між [e] та [ɛ] і точніше може бути записаний як [e̟] або [ɛ̟]. Наголошений український /e/ розглядається як голосний переднього ряду низькосереднього підняття [ɛ], але менш напружений (уточнено [ɛ˗]). Його ненаголошений варіант описується як більш піднятий, ніж наголошений, тому можливі такі уточнені варіанти запису цього звуку як [ɜ̟⁺], [ɘ̟⁺], [e̞˗] [14, с. 206-208]. Таким чином звук, що в українській мові записується літерою «е» (у ненаголошеній позиції як у слові «де́**е**рево») можна вважати найближчим відповідником до японського [e].

Фонема /o/ реалізується як огублений голосний заднього ряду високосереднього підняття [o] [12, с. 118; 10]. Коваленко О. [4, с. 202] (цит. по: Сайтō Йошіо, 1997, с. 84) уточнює, що цей звук займає проміжну позицію між [o] та [ɔ], а точніше може бути записаний як [o̟] або [o̞]. Що стосується української мови, хоча у ілюстрації МФА [13, с. 353] наголошений /o/ позначено огубленим звуком заднього ряду низькосереднього підняття [ɔ], за результатами аналізу Вакуленка М. [14, с. 202] цей звук є скоріше огубленим голосним заднього ряду високосереднього (опущений) підняття [o̞] (спрощено [o]), що дозволяє вважати український (як у слові «кор**о́**ва») і японський звуки /o/ практично повними відповідниками.

Результати порівняння можемо представити в наступній таблиці 1. В дужках вказані уточнені форми запису звуків; зірочкою (*) позначені алофони.

Таблиця 1

Порівняння голосних звуків японської і української мов

Ряд / Підняття		Передній	Середній	Задній	
		неогублені	*неогублені*	*неогублені*	*огублені*
Високе	*яп*	i (i̟)	* ᵘ / ⁱ	ɯ (ü̟ / ɯ̟)	
	укр	i * i̟- / ɪ / e̞-			u * ʊ
Високо-середнє	*яп*	e (e̞ / ɛ̟)			o (o̞ / o̟)
	укр				o (o̞) * o̞+ / o+
Низько-середнє	*яп*				
	укр	ɛ (ɛ-) * ɜ̟+ / ɐ̟+ / e̞-		* ɜ+	
Низьке	*яп*		a (a̠ / ɑ̟ / ä)		
	укр			ɑ (ɑ+) * ɐ	

Отже, бачимо, що японські голосні досить близькі до українських і за деякими винятками не становлять проблеми для україномовних людей, однак серед їхніх особливостей варте обговорення таке явище, як «дифтонги», згадки про які можемо зустріти в роботах українських науковців, пов'язаних з японською фонетикою. Частіше за все під «дифтонгами» маються на увазі сполучення голосних /ai, ui, ei, oi/. Так Федоришин М. [9] пропонує три українські відповідники – *і, ї, й* – для японського /i/: на початку слова та після складового *н* – *і,* у дифтонгах та у прикметникових закінченнях – *й* (才 /sai/ «сай», *талант*; 荒い, «арай», *грубий*), а після голосних у складних словах, у віддієслівних іменниках та суфіксах, де відбувається йотація, – *ї* (差異, /sa.i/ «саї», *різниця*; 洗い «араї», *миття*). Бондаренко І. зауважує [3, с. 80], що в японській мові присутні три дифтонги ([ai], [oi], [ui]) і в контексті практичної транскрипції пропонує [3, с. 81]: «На кінці ж складів, що закінчуються редукованим голосним [i] (як і при транскрибуванні дифтонгів: [ai], [oi], [ui]), слід використовувати літеру *і* з відповідною позначкою (˘) – ĭ. [...] …[кіреї-на] – *красивий*; [субарасіĭ] – *чудовий*; [реїґаї] – *виняток*…». Біляніна Т. і Соколовська М. [1, с. 5] стверджують: «Вимовлений один за іншим голосний (та напівголосний) звуки можуть утворювати один склад. Таке поєднання звуків називають дифтонгом. У японській мові є такі дифтонги: /ай/, /ой/, /уй/, /ей/. [...] Усі дифтонги у японській мові спадні, тобто перший голосний сильний, другий – слабкий. [...] …не завжди поєднання голосних /а/, /у/ з голосним /і/ утворює дифтонги. У деяких випадках кожен з голосних є складотворним, наприклад: 貝 かい – /кай/ (молюск), але 下位 かい – /ка+і/ (нижчий ранг)». Коваленко О. зазначає [4, с. 201]: «У дифтонгах /ai, ui, oi/, після голосних, японський /i/ вимовляється як нескладотворчий [i̯], аналог українського нескладотворчого /і/, що на письмі записується як «й»». І лише Комарницька Т. і Комісаров К. [5, с. 59] пишуть, що: «Дифтонги в японській мові відсутні». Такі твердження попередників наводять нас на запитання: чи варто при транслітерації диференціювати флексії різних частин мови, адже в усіх випадках це змінні частини? Чому українські науковці стверджували про наявність «дифтонгів» у японській мові? Що малося на увазі, коли вживався термін «склад» стосовно японських слів? Ми припускаємо, що твердження про наявність дифтонгів у японській мові пов'язане з довготривалим впливом російської системи Є. Поліванова (яка допускала їх існування) на спроби створення систем транскрипції / транслітерації японської мови українською.

Якщо розглянути визначення «дифтонгу», бачимо, що це «...два голосних, які утворюють один склад, чим і забезпечується їх фонетична цілісність. […] Слід зауважити, що останнім часом дифтонг і трифтонг стали трактувати не як поєднання двох чи трьох звуків, а як один голосний звук, який складається з двох чи трьох елементів, що утворюють один склад.» [6, с. 125], тобто фактично мається на увазі один склад з одним голосним, тембр якого змінюється при артикуляції. Кочерган М. додає: «Дехто схильний вважати, що дифтонги є і в українській мові. Як приклад наводять слова типу *мій*, *гай*, *дай*. Однак для такого трактування звукосполук [ii̯], [ai̯] підстав немає, бо в інших формах цих слів [i̯] відходить до іншого (наступного) складу (моя [мо-ja], гаю [га-jу], а у слові *дай*, крім цього, [j] належить до іншої морфеми» [6, с. 125].

Що стосується японської мови, Лабрюн пише, що послідовність двох різних (іноді також трьох-чотирьох чи більше) голосних дуже часто зустрічається в сучасній японській мові: засвідчені всі можливі комбінації п'ятьох голосних і кожен звук у цих сполученнях представляє одну мору та чітко артикульований. Цитуючи Такаяму Томоакі (2003), він відмічає, що послідовності «голосний + u», за винятком стику морфем (買う /ka.u/, *купувати*; 思う /omo.u/, *думати* тощо), еволюціонували в довгі голосні, палаталізовані чи ні: /iu/ → /ju~/, /eu/ → /jo~/, /au/ → /o~/, /ou/ → /o~/ [10], з чого ми можемо зробити висновок, що японські послідовності голосних скоріше еволюціонують у довгі голосні, ніж зіллються у справжні дифтонги.

Загалом у роботах японських науковців можемо зустріти два терміни, пов'язані зі сполученням голосних: 重母音 («джюбоїн») або 二重母音 («ніджюбоїн») – *дифтонг* і 連母音 («ренбоїн») – *послідовність / збіг голосних*.

Лабрюн зауважує, що термін «дифтонг» часто використовується у фонетичних описах японської мови, однак визначення того, що різні вчені мають на увазі під «дифтонгом», не завжди є точним [10]. Ōтака Хіромі наголошує, що при розгляді японських голосних терміни «дифтонг» і «збіг голосних» не завжди чітко розрізняються [15, с. 1–2]. В результаті аналізу визначень, запропонованих багатьма дослідниками, Ōтака резюмує, що для опису «збігу голосних» використовують такі вирази, як «рідко усвідомлюється як один голосний», «два рівноправно пов'язані голосні», «між двома голосними існує акустична межа» [15, с. 2], а «дифтонги» у більшості визначень описують як: «розглядається як один голосний», «немає межі між двома голосними», «якість звуку плавно змінюється від одного голосного до іншого» [15, с. 5]. Аналіз робіт японських дослідників, проведений Лабрюном, демонструє, що деякі науковці проводять різницю між «дифтонгом» і «збігом голосних» і вважають, що певні послідовності з /i/ можна кваліфікувати як дифтонги у традиційному розумінні цього слова; деякі розглядають в якості дифтонгів послідовності /ai, ui, oi, ae, ao, oe/ або /ai, ui, ae, au/, однак всі вони зауважують, що не можна говорити про справжній дифтонг, коли чітка морфологічна / семантична межа розділяє два голосні, як у слові 歯医者 /ha.i.sja/, *стоматолог* (цит. по: Кавакамі Шін, 1977; Аманума Ясуші та ін., 1989; Сайтō Йошіо, 1997), а такі пари, як 会 /kai/, *зустріч* (одна ієрогліфічна основа; прим. авт.: тут і надалі ми використовуємо скорочення «ІО») і 下位 /ka.i/, *нижчий ранг* (дві ІО), у певних діалектах сприймаються як різні (цит. по: Хашімото Мантарō, 1977). Проте Лабрюн зазначає, що це не доводить, що між ними дійсно існує фонетична різниця (цілком можливо, що на сприйняття мовців сильно впливає письмо або морфологічна структура), і в експерименті, який він провів у 2001 році за допомогою Джьō Хакутарō, форми /ha.i.sja/ (歯医者, *стоматолог*) і /hai.sja/ (敗者, *переможений*) мали однакову фонетичну реалізацію [10].

Ікеда Йōко використовує термін «збіг голосних», коли наводить приклад, як голосні [ae] «шикуються» один за одним у слові 帰る /kaeru/, і зауважує, що в японській мові немає таких дифтонгів, які зустрічаються в англійській (як [ou] у слові «so»), але часто так буває, що голосні просто йдуть підряд, як у словах あおい /aoi/, いえ /ie/, まいかい /maikai/ тощо. Науковиця підсумовує, що люди, які мають дифтонги у своїй рідній мові, схильні сприймати і вимовляти японські голосні як згруповані, однак носії японської мови сприймають кожен голосний як окремий такт [16]. Хамажіма Бін також стверджує, що японська мова не має дифтонгів: японське /ai/ це просто поєднання /a + i/, а не одна одиниця [17] і скоріше перетворюється на довгий голосний, ніж на дифтонг, що ми можемо бачити на прикладах, які наводить науковець: あい /ai/ вимовляється як [ai], але з погляду на Японію в цілому, така вимова є нечастою і зустрічається у префектурах Акіта, Наґано, Айчі, Ґіфу, Шізуока та в районі Токіо-Яманоте (стандартна японська мова). Більш поширеною є вимова /ai/ як [eː], наприклад, у префектурах Ґумма, Сайтама, Канаґава, Ніїґата, Наґано, Шізуока, Айчі, Ішікава, Кіото, Міє, Вакаяма, Тотторі, Шімане, Ямаґучі, Ехіме, на о. Кюшю і в районі Токіо-Шітамачі (だいく /daiku/ [deːkɯ]; あかい /akai/ [akeː]). Є також інші регіонально обмежені варіанти як от [æː], [æə], [jaː], [aː] тощо. Зі сходу на захід /ai/ трансформується в /eː/ → /ɛː/ → /æː/ [17].

Лабрюн вважає помилковим розглядати збіги голосних як дифтонги, оскільки немає фонетичних чи фонологічних доказів на підтвердження цього, і наголошує, що вони є просто послідовністю двох окремих вокальних ядер, кожне з яких має власну просодичну вагу, представлену однією морою. Дослідник аргументує це тим, що, на відміну від справжніх дифтонгів в інших мовах, по-перше, якість японських голосних у таких послідовностях істотно не відрізняється від того, коли вони реалізуються окремо (немає значної

поступової зміни якості першого голосного в бік другого, немає ні крещендо, ні декрещендо між голосними); по-друге, у повільному або обережному мовленні між двома голосними часто вставляється пауза, іноді навіть гортанна змичка. Сполучення [ai] в англійському слові «sky» не може бути артикульоване як два склади (/ska.i/), тоді як японське слово /ai/ [a.i] (愛, *кохання*) зазвичай вимовляється за два такти. Крім того, у таких сполуках другий голосний може бути ядром наголосу (かい＼ぬし /kainusi/, *власник домашньої тварини*). Нарешті, в японській мові жодна послідовність двох голосних не є результатом дифтонгізації монофтонгу. Немає жодного прикладу еволюції «довгий голосний → голосний 1 + голосний 2», подібної до тих, що часто зустрічаються в романській чи германській фонології (напр., латинське «bene» [beːne] → французьке «bien» [bjɛ̃]) [10].

Результати дослідження Ōтаки [15, с. 24–25] також демонструють великі відмінності між англійськими та японськими «дифтонгами». З точки зору когнітивних механізмів, склади мають концепцію ліній у геометрії (фрагменти, які формують ритм), а приголосні перед і після голосних (ядер) існують як точки з нульовою довжиною. Тому при утворенні і сприйнятті такої групи звуків її можна інтерпретувати як єдину лінію. Науковець зазначає: якщо припустити, що «в дифтонгах перший елемент має концепцію лінії як ядро складу, а другий має концепцію точки, подібно до приголосних», японські «дифтонги» (напр., [ai, aɯ] тощо), власне кажучи, не відповідають поняттю «дифтонг», оскільки другий елемент також має концепцію лінії – їх структура відрізняється від англійських дифтонгів, де другим елементом є крапка. Однак через відмінність ритмічної структури такі сполучення не відповідають і поняттю простого збігу звуків. У випадку «збігу голосних» обидва голосні звучать як єдине ціле (прим. авт.: як одна стопа), вони з'єднані ритмом, хоча не розглядаються як один склад. Таким чином, структура японського /ai/ відрізняється як від структури англійського «дифтонгу», так і від простої «послідовності голосних». На думку науковця, в ширшому сенсі його також можна розглядати як «дифтонг», проте, правда також в тому, що японські «дифтонги» реалізуються як «збіги голосних» під впливом зміни темпу мовлення та висоти тону. Ōтака наводить важливу деталь [15, с. 23] (цит. по: 「新版日本語教育辞典」, 2005), яка полягає в різниці між акуратною і неакуратною вимовою: «дифтонги» [ai, oi, ɯi, ae] можна знайти у природній вимові таких слів, як はやい /hajai/, おそい /osoi/, ねむい /nemui/, かんがえる /kangaeru/, але при обережній вимові спостерігається скоріше послідовність окремих голосних (напр., [a.i]).

Отже бачимо, що в японській мові ситуація досить схожа на українську. Безумовно, у швидкому мовленні певні сполучення голосних можуть звучати як дифтонги, наприклад, як у слові わるい/warui/ (що також було відображено в українських системах практичної транкрипції наших попередників: «варуй»). Однак одночасно з цим всі японські голосні є складотворними (окрім другої частини довгого голосного), кожна з мор дорівнює такту, що стає очевидним при повільному чи обережному мовленні.

Також на додаткову увагу заслуговує послідовність /ei/, що зазвичай реалізується як [eː]: せんせい [senseː], *вчитель* або めいれい [meːɾeː], *наказ*. У більш формальному, консервативному мовленні, наприклад, у мові певних акторів чи співаків, вимова [ei] є частою [10]. Також це є звичайним явищем у діалектах префектур Міє, Вакаяма, Ехіме, Кōчі, на о. Кю̄шю̄ тощо (えいが [eiga]; とけい [tokei]) [17]. Ймовірно, вимова довгого /e/ як [ei] поширена саме під впливом письма (えい хіраґаною), однак, наприклад, в орфоепічному словнику NHK [11], який фіксує вимову стандартної японської мови, можемо знайти саме センセー і メーレー. Лабрюн додає, що у деяких словах *ваго*, наприклад, おねえさん /one~san/, *старша сестра*, а також у недавніх запозиченнях, наприклад, メーカー /me~ka~/, *виробник (maker)*, довге /e/ завжди залишається [eː], воно є «справжнім» довгим голосним. Те саме стосується /e~/ у словах *ваго*, які історично є результатом втрати інтервокального приголосного, навіть якщо такі /e~/ записуються як /ei/ каною, наприклад, 鱓 (えい → від えひ) [eː], *скат (риба)*, 鰈 (かれい → від かれひ) [kaɾeː], *камбала (риба)*, 姪 (めい → від めひ) [meː], *племінниця*. Тим не менш часто можна зустріти вимову [ei], [kaɾei] і [mei]. Орфоепічні рекомендації щодо цього типу слів розпливчасті, а часом навіть суперечливі [10]. Так, в орфоепічному словнику NHK [11] знаходимо エイ, カレー і メイ відповідно.

Досить легкий перехід /i/ в /e/ додатково демонструє реалізація як [eː] в розмовній чоловічій мові замість /ai, ae, oi/. Так, можна почути /ne~/ замість /nai/ (*немає*), /ome~/ замість /omae/ (*ти*) або /suge~/ замість /sugoi/ (*жахливий*) [10]. Також /oi/ вимовляється як [eː] у деяких префектурах регіонів Кантō, Чю̄бу, Кю̄шю̄ (しろい /siroi/ [ɕiɾeː]); [i] як [e] або [ę] можна почути у регіоні

Тōхоку, північній частині регіону Кантō, префектурах Наґано, Нара, Шімане тощо (いろ /iro/ [ero]); [ie] може звучати як [e:] у префектурах Точіґі, Сайтама, Ґумма, Ніїґата, Яманаші, Шізуока, Хьōґо тощо (みえる /mieru/ [me:ru]) [17].

На 42-му засіданні п'ятої Ради з питань японської мови 22-го березня 1961 року були представлені звіти щодо варіацій у словоформах, зокрема варіацій вимови. Серед них у Звіті 6, який стосувався явища «подовження дифтонгу» ([ei] → [e:], на прикладі варіацій слова «вчитель»: 「センセイ」 і 「センセー」), були описані результати двох опитувань Національного науково-дослідного інституту, де майже однакова кількість респондентів (від 45% до 54%) в рівній мірі віддали перевагу обом варіантам. Серед причин вибору форми 「センセイ」 37% респондентів назвали той факт, що воно «є вихідною формою слова»; «ввічливість слова» – 20%; «відповідність нормі та милозвучність» – 18%; «загальновживаність та поширеність» – 17%. Серед причин вибору форми 「センセー」 33% респондентів назвали «простоту вимови»; «поширеність» – 32%; те, що воно «має тенденцію до змін» – 20%; «належність до розмовного стилю» – 15%; «загальновживаність» – 12% тощо. З точки зору використання форма 「センセー」 більше вживалася дослідниками та викладачами національної мови, а форма 「センセイ」 – у газетах та в телерадіомовленні. Також згідно з дослідженням, проведеним японською телерадіокомпанією NHK, «подовження дифтонгу» не є загальнонаціональним явищем. У префектурах Кумамото, Міязакі, Каґошіма та Токушіма майже всюди вживається [ei], а також є випадки використання [ei] у префектурах Фукуока, Саґа, Наґасакі, Кōчі та Вакаяма. Японський орфоепічний словник 「日本語アクセント辞典」 (прим. авт.: станом на 1961 рік) також визнає обидва варіанти, зазначаючи, що [i] після [e] як у словах 「ケイケン」 (経験 /keikeN/, *досвід*), 「セイカク」 (性格 /seikaku/, *характер*) вимовляється як довгий звук у поскладовому мовленні, а також повсякденній, природній і чіткій вимові. Зважаючи на сказане вище, прийнятними є обидва варіанти вимови [18]. Цікаво, що у цьому ж словнику видання 2016 року можемо бачити запис слова «сенсей» як センセー [11].

Лабрюн наводить думку, що у випадках, коли існує морфологічна межа між /e/ та /i/, теоретично послідовність вимовляється як [ei], а не як [e:]: 迷路 (めい. ろ, [me:ro]), *лабіринт* сегментально відрізняється від 目色 (め. いろ, [meiro]), *колір очей*, та одночасно з цим існує низка винятків, наприклад, (цит. по: Аманума та ін., 1989) 毛糸 (け. いと), *вовняна нитка*, реалізоване як [keito] або [ke:to], 毛色 (け. いろ), *колір волосся*, реалізоване як [ke:ro] або [keiro] [10]. В орфоепічному словнику NHK [11] можемо знайти ці слова, записані як メーロ (*лабіринт*) і メイロ (*колір очей*); ケイト (*вовняна нитка*), ケイロ (*колір волосся*).

Таким чином маємо чотири різновиди /ei/-/e~/: (1) довге /e/ в межах однієї IO, яке записується як えい, але звучить як [e:]; (2) збіг голосних /e.i/ на стику різних IO, яке більш вірогідно звучить як [ei]; (3) довге /e/ в межах однієї IO, яке записується як ええ (у словах *вато*) або エー (у *ґайрайґо*) і звучить як [e:]; (4) збіг голосних /e.e/ на стику різних IO, яке звучить як [ee] чи [e:] (зустрічається рідко, як, наприклад, у слові 乗換駅 (のり. かえ. えき, [noꞎikaeekʲi]), *пересадочна станція*).

Враховуючи, що при швидкому чи неакуратному мовленні сполучення /ai, ui, ei, oi/ дійсно можуть звучати злито як дифтонги, ми підтримуємо пропозицію попередників записувати їх (лише в межах однієї IO) як «ай, уй, ей, ой»: «мірай» (み. らい, *майбутнє*), «сенсей» (せん. せい, *вчитель*), «суйден» (すい. でん, *водопровід*). Однак, якщо розглядати всі сполучення з /i/ як «дифтонги», які *завжди* варто транскрибувати як «ай, уй, ей, ой», можемо спіткнутись об передачу українською такого слова, як, наприклад, 可愛い /kawaii/ (*милий*). Це слово є прикметником, останнє /i/ в ньому – флексія, а передостаннє – частина другого ієрогліфа. Відповідно ми можемо розділити його на морфемні частини як か. わい. い /ka.wai.i/. У спільнокореневих словах 可愛がる /kawaigaru/, *любити* чи 可愛らしい / kawairasii/, *гарненький* звучання ієрогліфа 愛 без проблем можливо передати як «ай» і отримати «кавайґару», «кавайрашії». Однак, якщо розглядати читання 愛 як нерозривний «дифтонг» (/ка.вай.i/), українською отримаємо «кавайі» (але в українській мові сполучення /йі/ немає, йому відповідає літера «ї») або «кавайї», якщо враховувати, що «і» після голосного передається як «ї» згідно українського правопису (в такому варіанті з'являється додаткове подвоєння приголосного, що ще більше віддаляє нас від оригіналу). Якщо ж розглядати збіг голосних саме як збіг голосних в межах однієї IO, отримаємо більш адекватне «каваї(і)». Щодо флексії, то що варіант «і» після «ї» («кавайї»), що подвоєння «ї» («кавайї») не видаються зручними. Таким чином в цьому конкретному слові нам не лишається нічого окрім як ігнорувати подовження і лишити варіант «каваї», враховуючи також, що «ї» реалізується як подвій-

ний звук (й + і). Що стосується спільнокореневих слів, які ми навели вище, актуальним лишається задля уникнення плутанини спиратися на структуру слова, де /ai/ існує в межах однієї ІО, і таким чином отримуємо «кавайґару» і «кавайрашії» (а також інші форми прикметника «каваї»: か.わい.く.ない → «кавайкунаї»; か.わい.かった → «кавайкатта»). Крім цього можемо пригадати такі схожі за ситуацією прикметники як 格好良い /kakkoii/, *крутий* і 頭が良い /atamagaii/, *розумний*. Обидва слова містять (прикметник) いい наприкінці, який стоїть після голосного (з поправкою, що потенційні сполучення «ой» і «ай» розташовані не в межах однієї ІО, а на стику морфем). В цих випадках також видається доречним зберігати правильне написання першого по порядку сполучення, ігноруючи третій голосний: «каккої», «атамаґаї».

Запис японського /i/ як «ї» після голосних пропонували Федоришин М. [9], як ми згадували вище; Рубель В. [7, с. 152]: «...у варіантах, коли означений звук фігурує наприкінці слова, враховуючи японське оригінальне звучання, прийнятнішим виглядає варіант *ї* (*акаї*)»; Бондар О. [2, с. 9]: «Щодо передачі звука [і] після голосних, то і стосовно японської мови актуальним залишається загальне правило [...], за яким *ї* пишуть після голосного, за винятком, якщо це складне слово, у якому перша частина закінчується голосним, а друга частина розпочинається з [і]»; Коваленко О. [4, с. 210]: «Голосна /i/ записується як ї (1) в сполученнях /ai, ii, ui, ei, oi/ ([a.i], [i.i], [u.i], [e.i], [o.i]) на початку складу в середині слова; (2) перед апострофом». Ми підтримуємо пропозицію попередників щодо «аї, уї, еї, ої» для запису сполучень /a.i, u.i, e.i, o.i/ на стику ІО в межах одного кореня: «каї» (か.い, *нижчий рівень*), «кеїто» (け.いと, *вовняна нитка*). І таким же чином пропонуємо записувати збіги голосних на стику морфем (коренів і афіксів) у дієсловах, прикметниках і віддієслівних іменниках: 追い込む, *загнати* → «оїкому»; 老いる, *старіти* → «оїру»; 書いている, *пишу* → «каїтеїру»; 小さい, *маленький* → «чіїсаї»; 低い, *низький* → «хікуї». Також ми підтримуємо пропозицію Бондара О. зберігати «і» на початку другого кореня у складних словах: 自己意識, *самосвідомість* → «джіко-ішікі». Крім цього варто згадати поєднання іменників з ввічливим префіксом 御 («о», «ґо»): його пропонується писати, також відділивши від слова дефісом, а /i/ записувати як «і» на початку слова: お祝い, *святкування* → «о-іваї»; お医者さん, *доктор* → «о-ішясан».

Коваленко О. зазначає [4, с. 210], що запис японського /i/ через «ї» пов'язаний винятково з правилами української орфографії і в сучасній японській мові звука [ji] («ї») немає. Однак, на нашу думку, додатковим виправданням вживання «ї» можуть бути не лише правила українського правопису [8, § 129, ІІ], а і той факт, що ми не можемо стверджувати про повну відсутність йотування в цьому голосному. Так, можемо почути вимову /i/як[ji]удіалектахпрефектурАкітаіЯмаґата (いと /ito/ [jido]; いた /ita/ [jida]) та як [ju] у префектурах Івате, Міяґі, Ямаґата, Точіґі, Ґумма, Нара, Хьōґо тощо (いわい /iwai/ [juβ̞ai]). Досить часто いく /iku/ (行く) вимовляється як ゆく /juku/ [17]. Сюди ж пригадаємо слово 言う /iu/ і його форму 言えば /ieba/, які звучать як /ju~/ та /jeba/ відповідно. Те саме стосується голосного /e/, який може реалізовуватись як [je] не лише в старояпонській мові (навіть зараз такі слова як 円 /en/ (*єна*) і 江戸 /edo/ (*м. Едо*) романізуються як «yen» і «Yedo»), а і на сьогоднішній день у префектурах Івате, Фукушіма, Яманаші, Ґіфу, Шізуока і на всьому о. Кюшю (まえ /mae/ [maje]; えだ /eda/ [jeda]) [17]. Тут ми погоджуємося з пропозицією Коваленка О. [4, с. 210] частково керуватися правилами українського правопису [8, § 130, 1] і записувати /e/ як «є» після голосного /i/, оскільки, також враховуючи власні спостереження, йотація /e/ найбільше відчутна саме після /i/: 前, *перед* → «мае»; 声, *голос* → «кое»; але 家, *дім* → «іє»; 見える, *видно* → «мієру»; 三重県 → *префектура* «*Мієґ*».

Окремо звернемо увагу на сполучення /ei/, яке може виступати і як збіг голосних, і як довге /e/. В контексті транслітерації довге /e/ в межах однієї ІО (えい у словах *ваґо-канґо*) передаємо як «ей»; у випадку довгого /e/ у словах *ґайрайґо* (エー) або у словах *ваґо* (ええ) попередньо передаємо його як «ее».

Висновки. Отже, можемо відзначити, що українські науковці, які досліджували японські голосні, точно віднайшли їхні українські відповідники, але хибно визначили «збіги голосних» в японській мові як традиційні «дифтонги». Причиною цьому є те, що такі звукосполучення іноді можуть сприйматися як «дифтонги» на слух через індивідуальні особливості мовлення, хоча структурно ними не є. Також ми детально розглянули збіги японських голосних з точки зору їх позиції у слові, на базі чого можемо вивести наступні правила їх ***транскрибування / транслітерації*** українською мовою.

Збіги голосних в одній ІО чи на стику різних ІО

/ai, ii, ui, oi/ → «ай, ії, уй, ой»: 会社 (かい. しゃ) «кайшя»; お兄さん (お. にい. さん) «о-нії-сан»; 杭 (くい) «куй»; 恋人 (こい. びと) «койбіто».

Особливий випадок: /ee, ei/ → [ē] для транскрипції (макрон за західною традицією), «ее, ей» для транслітерації (попередньо довгота голосних позначена подвоєнням літер): メートル [мētору], «меетору»; 先生 (せん. せい) [сенсē], «сенсей».

/a.i, i.i, u.i, e.i, o.i/ → «аї, ії, уї, еї, ої» (у випадку «і» на початку другого кореня у складному слові: «a-i, i-i, y-i, e-i, o-i»): 狛犬 (こま. いぬ) «комаїну»; 黄色 (き. いろ) «кіїро»; 福井 (ふく. い) «Фукуї»; 毛糸 (け. いと) «кеїто»; 自己意識 (じ. こ. い. しき) «джіко-ішікі».

/ia, i.a, ua, u.a, ea, e.a, oa, o.a/ → «ia, ya, ea, oa»: ピアノ «піано»; 不安 (ふ. あん) «фуан»; 手当 (て. あて) «теате»; 粗悪 (そ. あく) «соаку».

/au, a.u, iu, i.u, eu, e.u, o.u/ → «ay, iy, ey, oy»: 羽団扇 (は. うちわ) «хаучіва»; 貸し売り (かし. うり)«кашіурі»;毛裏(け. うら)«кеучі»;子馬 (こ. うま) «коума».

/ae, a.e, ie, i.e, ue, u.e, oe, o.e/ → «ae, *ię, ye, oe»: 考える (かんがえ. る) «канґаеру»; 見える (みえ. る) «мієру»; 上 (うえ) «уе»; 声 (こえ) «кое».

/ao, a.o, io, i.o, uo, u.o, eo, e.o/ → «ao, io, yo, eo»: 青木 (あお. き) «Аокі»; 鼻音 (び. おん) «біон»; 魚の目 (うお. の. め) «уономе»; 据え置き (すえ. おき) «суеокі».

Збіги голосних на стику різних морфем (у дієсловах, прикметниках, віддієслівних іменниках, іменниках з префіксом 御***)***

/a.i, i.i, u.i, e.i, o.i/ → «аї, ії, уї, еї, ої»: 怖い (こわ. い) «коваї»; 易しい (やさし. い) «ясашії»; 聞いて (き. いて) «кіїте»; 悪い (わる. い) «варуї»; 聞いている (き. いて. いる) «кіїтеїру»; 鋭い (するど. い) «сурудої»; 思い (おも. い) «омої» (від 思う «омоу»).

Особливий випадок: 可愛い (か. わい. い) «каваї»; 頭がいい (あたま. が. い. い) «атамаґаї».

/a.u, i.u, u.u, e.u, o.u/ → «ау, уу, оу»: 買う (か. う) «кау»; 吸う (す. う) «суу»; 沿う (そ. う) «соу».

Особливий випадок: 言う (い. う) «юу».

/o.a, o.i, o.y, o.e, o.o/ → «о-а, о-і, о-у, о-е, о-о»: ご案内 (ご. あん. ない) «ґо-аннай»; お医者さん (お. い. しゃ. さん) «о-ішя-сан»; お家 (お. うち) «о-учі»; お偉いさん (お. えら. い. さん) «о-ераїсан»; お思いになる (お. おも. い. に. な. る) «о-омої ні нару».

Зауважимо також, що проблема запису японських голосних українською мовою не є повністю вирішеною, оскільки на додачу до псевдодифтонгів окрему складність становлять питання передачі українською мовою японських довгих та редукованих (глухих) голосних. Наше дослідження японських звуків триває.

Список літератури:

1. Біляніна Т., Соколовська М. Методичні рекомендації до вивчення дисципліни «Основна іноземна мова (японська)». Дніпропетровськ: РВВ ДНУ, 2012. 32 с.
2. Бондар О. Японські запозичення в українській мові: правила написання. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Східні мови та літератури*. 2012. № 18. Р. 5–9.
3. Бондаренко І. Транскрипція японської лексики літерами українського алфавіту. *Записки з українського мовознавства*. 1999. № 7. Р. 77–88.
4. Коваленко О. Система японсько-української практичної транскрипції. Фонетичний аналіз. *Збірник наукових праць Національного науково-дослідного інституту українознавства та всесвітньої історії*. 2012. Т. XXIX. С. 197–215.
5. Комарницька Т., Комісаров К. Сучасна японська літературна мова. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. Т. 1. 320 с.
6. Кочерган М. Вступ до мовознавства: Підручник. Київ: Академія, 2001. 368 с.
7. Рубель В. Транскрибування японських слів засобами української мови: проблеми і пропозиції. *Східний світ*. 2009. № 4. Р. 151–156.
8. Український правопис / ред.: Є. Мазніченко та ін. Київ: Наукова думка, 2019. 390 с.
9. Федоришин М. Українська транскрипція японської мови. Методичний посібник з основ японського письма: фонетична транскрипція. Львів: Львівська політехніка, 1994. 27 с.
10. Labrune Laurence. The phonology of Japanese: rev. and updated ed. Oxford: Oxford University Press, 2012. 320 p.
11. NHK日本語発音アクセント新辞典 / ed. by NHK放送文化研究所. 東京: NHK出版, 2016. 1764 p.
12. Okada Hideo. Japanese. *Handbook of the International Phonetic Association: A Guide to the Use of the International Phonetic Alphabet* / ed. by International Phonetic Association. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. P. 117–119.
13. Pompino-Marschall B., Steriopolo E., Żygis M. Ukrainian. *Journal of the International Phonetic Association*. 2017. Vol. 47, № 3. P. 349–357.

14. Vakulenko M. Ukrainian vowel phones in the IPA context. *Govor*. 2018. Vol. 35, № 2. P. 189–214.
15. 大髙 博美. 二重母音と連母音の違いは何か？–音節構造から比較する英語と日本語の二重母音–. 言語と文化. 2016. Vol. 19. P. 1–29.
16. 池田　悠子.　やさしい日本語指導5 音韻・音声＜Kindle版＞. 5th ed. 東京:　アークアカデミー, 2020. 164 p.
17. 浜島敏. 日本語の音声・アクセント：外国人のための発音練習＜Kindle版＞. 東京:22世紀アート, 2021. 176 p.
18. 語形の「ゆれ」の問題.　発音の「ゆれ」について（報告）2. 文化庁. URL: https://www.bunka.go.jp/kokugo_nihongo/sisaku/joho/joho/kakuki/05/bukai02/08.html (дата звернення: 20.10.2023).

Dementieva T. S., Vozniuk H. A. THE FEATURES OF JAPANESE VOWELS' CONVERSION TO UKRAINIAN LANGUAGE: THE ISSUE OF VARIANTS AND "DIPHTHONGS"

The paper is devoted to the analysis of Japanese vowel sounds and the search for their closest variants in Ukrainian language, as well as to the problem of Japanese "diphthongs" and the ways of practical transcription / transliteration of these sound combinations into Ukrainian. In the works of Ukrainian scholars devoted to Japanese phonetics or transcription of Japanese into Ukrainian, in most cases we can find references to "diphthongs", but there is no argumentation for their existence.

The paper examines, analyses and compares Japanese and Ukrainian vowel sounds; highlights the problems of defining diphthongs and finds out that diphthongs in the traditional sense are absent in both languages. In Japanese, the term "sequence of two different vowels" is used to describe vowel combinations, and there is some ambiguity between it and the concept of "diphthong". It has been determined that the perception of sequences of two different vowels as diphthongs is influenced by the speed and accuracy of speech, as well as the rhythmic structure of the Japanese language. We have also analysed the pronunciation of the /ei/ combination and, in the context of transcription / transliteration, we have identified four varieties of this sound combination in modern standard Japanese. We also considered variants of writing in Ukrainian not only for nouns, but also for words with variable elements, as well as complex cases with a sequence of more than two vowel sounds. The work presents the rules of transliteration of all possible combinations of Japanese vowel sounds of different qualities both within the same hieroglyphic base and at the junction of morphemes, while, if possible, the rules of combining vowel sounds in the Ukrainian language were also taken into account.

Key words: *Japanese language, Japanese phonetics, vowel sounds, diphthongs, transcription, transliteration.*

УДК 811.581.11
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/33

Костанда І. О.
Київський національний лінгвістичний університет

КРОС-КУЛЬТУРНА ВЗАЄМОДІЯ: ВПЛИВ КИТАЙСЬКОЇ КЛАСИЧНОЇ ПОЕЗІЇ НА ТВОРЧІСТЬ КОРЕЙСЬКОГО ПОЕТА ЧХВЕ ЧХІВОНА (최치원)

Ця наукова стаття розглядає крос-культурну взаємодію між китайською класичною поезією і творчістю відомого корейського поета Чхве Чхівона. Автор досліджує вплив китайської поезії на літературну традицію Кореї упродовж різних історичних періодів, зосереджуючись на особливостях цієї взаємодії за часів корейської династії Сілла. В статті детально розглядаються ключові аспекти китайської поетичної традиції, які могли вплинути на творчість Чхве Чхівона, включаючи мовні та структурні аспекти поезії. Чхве Чхівон – корейський поет і літератор, який мав великий вплив на корейську літературу та відомий своїми віршами часів корейської династії Сілла. Стаття розглядає життєвий та літературний шлях Чхве Чхівона, включаючи його подорожі до китайської імперії Тан, участь в іспитах і службу в державних установах. Дослідження виявляє важливі аспекти впливу китайської класичної поезії на творчість корейського поета, а також роль культурних обмінів у розвитку літературних традицій. Аналізується, як китайська поезія стала джерелом натхнення для корейських поетів та те, як вона вплинула на розвиток корейської поетичної форми. Актуальність дослідження обумовлена потребою у розширенні та поглибленні знань про історію літератури та культури, а також підвищеним інтересом до міжкультурної взаємодії та культурної спадщини в умовах глобалізації. Стаття не лише досліджує вплив китайської класичної поезії на творчість корейського поета Чхве Чхівона, але й показує, що міжкультурна взаємодія в літературі є важливим аспектом розвитку та збереження культурних традицій. Ця стаття дозволяє розглянути специфіку взаємодії між Китаєм і Кореєю в літературній сфері та виявити новаторські елементи, які запровадив Чхве Чхівон у своїй творчості. Подальші дослідження у цій області можуть сприяти глибшому розумінню культурної спадщини та інтелектуальних обмінів між різними країнами та народами. Крім того, вони можуть допомогти відкрити нові шляхи для міжнародного співробітництва та культурного обміну, сприяючи тим самим збереженню та розвитку різноманітних культурних традицій у світі, який стає все більш глобалізованим.

Ключові слова: *веньянь, давньокорейська література, давньокитайська література, Чхве Чхівон, крос-культурна взаємодія, епоха Сілла, доба Тан.*

Постановка проблеми. Культурні обміни та міжкультурні впливи завжди відігравали важливу роль у розвитку літературних традицій. Одним з найцікавіших та значущих прикладів таких впливів є вплив китайської поезії на корейську літературну традицію. Китайська класична поезія суттєво вплинула на літературну та культурну історію Кореї упродовж багатьох століть. Цей вплив виявлявся як у мові та структурі корейських віршів, так і в ідеях, що проникли у корейське суспільство через переклади та адаптації китайських літературних творів.

Перші свідчення взаємодії між Китаєм і Кореєю в галузі літератури сягають ще періоду Трьох царств (220–668 рр. н.е.). У цей період Корея була під сильним впливом китайської культури, а китайська поезія стала надійним джерелом натхнення для корейських поетів. Однак справжній зеніт цього впливу настав в епоху Сілла (신라, 57 до н.е. – 935 р. н.е.), коли Корея встановила тісні культурні та торговельні взаємовідносини з Китаєм.

Значення китайської класичної поезії в Кореї було багатогранним. По-перше, вона служила зразком для розвитку корейської поезії та структури віршів. Китайська поезія була багата на традиції та стилі, які стимулювали творчість корейських поетів та допомагали їм розробляти власні поетичні форми.

У даній статті ми зосередимось на огляді ключових аспектів китайської поетичної традиції та поетів, які могли суттєво вплинути на Чхве Чхівона, відомого корейського поета, вченого і літератора, відомого своїми віршами за періоду

корейської династії Сілла. Відомості про життя Чхве Чхівона в «Великому словнику китайських та іноземних видатних людей» («中外人名大辭典») обмежуються короткими згадками про його подорожі до Тан (китайської імперії), здачу іспитів і службу в державних установах, і навіть дати його народження і смерті не вказані. У словнику «Море слів» («辞海»), опублікованому у 1979 році, перший розділ про корейську літературу присвячений Чхве Чхівону, але й тут вказано лише рік його народження, а відомості про його життя подані коротко. Для отримання більш докладних відомостей необхідно звертатися до автобіографії Чхве Чхівона, яка, можливо, міститься в його збірці віршів «Орання пером в саду камелій» («桂苑笔耕集»). В корейській історії та літературі зазвичай згадують його ім'я та творчість, але детальних описів про нього не так багато. Можливо, це пов'язано з мовними та джерельними обмеженнями: єдина існуюча колекція його творів написана класичною китайською мовою. Тож, як бачимо, дослідження, присвячені життю та творчості Чхве Чхівон, є досить обмеженими, оскільки вони у цій галузі були досить рідкісними.

Актуальність дослідження випливає з необхідності українського сходознавства у розширенні та поглибленні знань про історію літератури та культури, а також міжкультурного взаємодії та глибокого дослідження культур. У світі, де глобалізація та міжнародна взаємодія стають нормою, існує зростаючий попит на дослідження, які сприяють розвитку взаєморозуміння між культурами та країнами. Дослідження впливу китайської класичної поезії на корейську літературу є відповіддю на цей запит. Також актуальним є збереження культурної спадщини: культурна спадщина має критичне значення для збагачення культурного діалогу та поваги до історичних коренів. Дослідження подібних впливів сприяє збереженню та розумінню культурних традицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Американська вчена Раян Кі С. (Ryang Key S.) у 1996 р. опублікувала статтю у «Journal of Modern Korean Studies» присвячену Чхве Чхівону, проте вона розглядала його здебільшого, як корейського політичного діяча, не акцентуючи увагу на його творчість. Девід А. Мейсон (David A. Mason), американський вчений, професор в Університеті Седжонг у Сеулі, у 2016 році опублікував книгу «Самотній мудрець: глибоке життя, мудрість і спадщина корейського «Го-ун» Чхве Чхівона» («Solitary Sage: The Profound Life, Wisdom and Legacy of Korea's "Go-un" Choe Chi-won». У своїй праці він розглядає Чхве Чхівона через його вплив на Корею, як філософа і вченого, котрий марно намагався покращити управління своєї країни, та зумів залишив свій слід в пам'яті народу Кореї. Більша частина досліджень присвячених Чхве Чхівону опублікована в Китаї і Кореї, частину з них використано у цьому дослідженні. Проте відсутні дослідження які повноцінно досліджують поетичний спадок Чхве Чхівона через вплив на нього китайської класичної поезії. В українському кореєзнавстві статей присвячених Чхве Чхівону нами не було помічено.

Мета статті полягає в комплексному аналізі впливу китайської класичної поезії на творчість корейського поета Чхве Чхівона. Для досягнення цієї мети будуть виконані наступні завдання:

вивчення біографії та творчої спадщини Чхве Чхівона;

дослідження ключових рис та характеристик китайської поезії з метою визначення впливу конкретних китайських поетів і творів на творчість Чхве Чхівона;

виокремлення та аналіз новацій та змін, які вніс Чхве Чхівон у свою творчість;

порівняти структуру, тематику та стиль поезії Чхве Чхівона з китайськими зразками, виявивши схожості та відмінності;

розглянути культурні та історичні аспекти, які вплинули на сприйняття та адаптацію китайської поезії в корейському контексті.

Новизна дослідження полягає в глибокому та систематичному аналізі впливу китайської класичної поезії на творчість корейського поета Чхве Чхівона, що дозволяє виявити неочевидні аспекти міжкультурної взаємодії.

Предмет дослідження – це взаємозв'язок між китайською класичною поезією та творчістю корейського поета Чхве Чхівона. Ми досліджуємо, як китайська поезія впливала на структуру, стиль і тематику його віршів, а також які новаторські елементи і ідеї Чхве Чхівон адаптував з китайської поезії в корейський літературний контекст.

Об'єкт дослідження – творчість Чхве Чхівона, включаючи його поетичні твори, структуру віршів, вибір тем і мотивів. Ми аналізуємо, які конкретні аспекти китайської класичної поезії справили найбільший вплив на цей об'єкт дослідження.

Для проведення нашого дослідження були використані такі методи:

– літературний аналіз: проведено аналіз структури, стилю, тематики та мовних особливостей віршів Чхве Чхівона;

– компаративний аналіз: здійснено порівняльний аналіз віршів Чхве Чхівона та творів китайських поетів, особлива увага приділена виявленню схожих мотивів, аналогічної структури віршів, тематики та лексичних оборотів;

– контекстуальний аналіз: розглянуто соціокультурний контекст Кореї та Китаю за епохи, яка цікавить наше дослідження, з урахуванням таких факторів, як релігійні переконання, філософські доктрини та політичні події, які могли вплинути на сприйняття та інтерпретацію поезії;

– семіотичний аналіз: було проведено аналіз символів, що використовуються у віршах Чхве Чхівона та китайських поетичних творах з метою виявлення запозичених символів з китайської поезії та змін їхніх значень у контексті творчості корейського поета.

Виклад основного матеріалу:

1. Біографія та творча спадщина Чхве Чхівона

Чхве Чхівон (최치원), також відомий в Китаї як Цуй Чжиюань (崔致远) був видатним поетом та літературним діячем наприкінці епохи Тан періоду правління імператора Сі-цзуна (僖宗, 862–868 рр.). Ім'я Чхве Чхівона, записане ієрогліфами, дослівно перекладається як «[людина, що] приїхала здалеку» [5]. Цей переклад має символічне значення, оскільки вказує на те, що в 12-річному віці він покинув свою батьківщину, Корею, і вирушив на навчання до Китаю. Крім того, він обрав собі прізвисько «одинока хмара» (孤云), що відображає його внутрішній стан як особи, котра живе у чужій країні. Існують версії, що вибір образу одинокої хмари було обрано під впливом поезії Тао Юаньміна (陶淵明, 365–472 рр.), а саме зі строфи вірша «Оспівую бідного лицаря» («咏贫士»): «Кожен з десяти тисяч кланів має свою опору, тільки у сиротливої хмаринки нема підтримки» («万族各有托，孤云独无依») [6].

Незважаючи на важливий внесок у літературу того часу, біографічні відомості про нього дуже обмежені, і єдину існуючу згадку про нього можна знайти в «Новій історії Тан» («新唐书 • 艺文志»), де стверджується, що він створив однотомний збірка віршів під назвою «Орання пером в саду камелій» («桂苑笔耕集»). Чхве Чхівон вважався майстром поетичного мистецтва в стилі «римованої прози» (骈文). Нажаль, його праця «Збірка текстів силю» («四六集») була втрачена, і єдиним збереженим твором цього поета є «Орання пером в саду камелій» («桂苑笔耕集»), що складається з двадцяти томів [1]. Пізніше це твір був включений до «Зібрання чотирьох книг» («四部丛刊»), що підкреслює його літературну цінність та важливість в контексті китайської культурної спадщини.

Дуже цікаво, що в збірка «Повне зібрання танських віршів» («全唐诗»), складена на початку періоду Цін (清朝, 1636–1912 рр.), не міститься жодного вірша, автором якого був би Чхве Чхівон. Японський літературознавець Шанмаохе Шинін (上毛河世宁) провів обширні дослідження та підготував працю під назвою «Повне зібрання віршів доби Тан» («全唐诗逸») у трьох томах. Вона включала одну чотиристопну строфу Чхве Чхівона і фрагменти з семи його віршів, знайдених у різних джерелах, таких як «Тисяча років найкращих віршів» («千载佳句») і «Розмови про поетів Сходу» («东人诗话») [3]. Як бачимо, китайська літературна критика періоду Тан не приділяла надмірної уваги цьому поету, незважаючи на його значущий внесок у літературу цього періоду.

Чхве Чхівон, народився у 857 році в скромній корейській аристократичній родині. Його особа завжди привертала підвищену увагу у наукових колах Кореї, де він розглядається як піонер китайської літературної традиції Корейського півострову [7]. У віці дванадцяти років він вирушив до Китаю в період правління імператора Сян Цзуня (咸通) у 868 році. Варто відзначити, що після об'єднання Корейського півострова під владою королівства Сілли (신라), обмін культурними та освітніми цінностями між Китаєм та Кореєю процвітав, і китайська культура активно проникала в корейське середовище. Влада Сілли також активно відправляла своїх учнів до Китаю для вивчення науки та культури. Тогочасна імперія Тан була однією з найпотужніших імперій у світі, володіла великими територіями, багатими на ресурси та розвинутою культурою. Вона відзначалася відкритим та толерантним підходом до прийому іноземних студентів, дозволяючи їм складати імператорські екзамени та отримувати звання та посади. Цих студентів, відомих як «гостьові цзіньши» (宾贡进士) або «приїжджі цзіньчши», політика імперії масово приваблювала для навчання та дослідження мистецтв та науки. Вони навчались в відомій Державній Академії (国子监), яка мала встановлену міжнародну репутацію як тогочасний вищий навчальний заклад.

Історичні джерела свідчать про потужність Державної Академії, яка могла приймати понад три тисячі студентів, включаючи численних іноземних студентів, зокрема з королівства Сілла та Японії. Фінансову підтримку для іноземних студентів надавала переважно сама імперія Тан, але навіть ті,

хто прибував за власні кошти, могли розраховувати на певний рівень фінансової допомоги [6].

Важливо зауважити, що у період з 788 по 821 роки багато корейських студентів навчалися в Китаї, проходячи освітній процес. Чхве Чхівон виділявся серед них як один із найактивніших і продуктивних учнів, створюючи обширний корпус літературних творів, включаючи вірші та прозу. Його особистість і творчість можна обґрунтовано розглядати як двоєдину, цікаву як для Кореї, так і для Китаю

Успішне завершення екзамену в 874 році та присвоєння йому найвищого вченого звання цзіньши (进士) відображає його видатні досягнення в галузі освіти та літератури на той момент, враховуючи, що він вже створив значну кількість творів, як віршів, так і прози. Після успішної здачі державних екзаменів Чхве Чхівон не обмежився лише цим важливим досягненням та не повернувся на батьківщину, віддавши перевагу залишитися в імперії Тан з метою подальшого професійного та особистісного розвитку. Його прагнення та життєві амбіції були ширше спрямовані. Згідно з положеннями імперії Тан, після отримання звання «цзіньши іноземець» (宾贡进士) для початку державної служби було необхідно пройти дворічний курс додаткової кваліфікації у міністерстві [5].

У цей проміжок часу, між закінченням іспитів і початком державної служби, Чхве Чхівон втратив державну підтримку, оскільки його статус як студента-іноземця був припинений, що призвело до виснаження його обмежених фінансових ресурсів. У кінцевому підсумку, взимку 876 року, Чхве Чхівон був призначений на посаду магістрата округу Лішуй (溧水县尉). Упродовж трьох років виконання обов'язків магістрата у нього покращилось фінансове становище, з'явилося більше вільного часу, що дозволило йому активно займатися літературною діяльністю. Важливо відзначити, що Чхве Чхівон, дотримуючись вчення Конфуція, інтегрував у свою філософію наступний вислів: «Якщо, вирівнюючи землю, я висипаю спочатку лише один кошик, то це буде просування уперед, яке залежить лише від мене» («譬如平地，虽覆－篑，进，吾往也»). Пізніше він зібрав свої вірші, створені під час його служби в Лішуй, в збірка, який отримав назву «Зібрання Чжуншань Фукуй» («中山覆篑集») [7]. На жаль, ця збірка пізніше була втрачена.

У 880 році Чхве Чхівон завершив свій строк державної служби і вирішив повернутися на захід, до Чан'аню (長安). Однак у цей час почалося повстання Хуан Чао (黄巢), і повстанські війська рушилися до річки Цайши (采石), знищуючи все на своєму шляху, включаючи форт Тунгуань (潼关), котрий раніше вважався неприступним. Чан'ань також опинився під загрозою захоплення. Чхве Чхівон зрозумів, що його спроба повернутися на захід є марною, і йому довелося шукати нові можливості.

Після рекомендації та представлення своєї кандидатури другом на ім'я Гу Юн (顾芸), Чхве Чхівон був прийнятий на державну службу під керівництвом Ґао Пяна (高骈, 821–887 рр.) у Янчжоу (扬州) [7]. Незважаючи на нестабільні часи великої династії Тан, Янчжоу залишався багатим і процвітаючим регіоном, з активною торгівлею, багатством і культурним розмаїттям, включаючи чудову музику та зустрічі талановитих літераторів. Для Чхве Чхівона це був період найвищого особистого розвитку і блиску його літературної кар'єри. Ґао Пян, відомий видатний полководець і літератор, запросив Чхве Чхівона, який мав видатні літературні здібності, до свого інтелектуального оточення. Під його керівництвом Чхве Чхівон фактично виконував обов'язки особистого секретаря та консультанта, надаючи підтримку у складанні різних документів, включно з указами, листами та запитами, незважаючи на свої амбіції до самостійної кар'єри та досягнень в літературі. У травні 881 року Ґао Пян очолив армію і вирушив проти повстанців, очолюваних Хуан Чао. Чхве Чхівон написав відомий «Наказ щодо боротьби з Хуан Чао» («檄黄巢书»), який став досить знаменитим і навіть отримав за нього звання «Червоної сумки з рибами» («赐绯鱼袋») [4]. У цьому наказі міститься така фраза: «Не лише мешканці всього світу очікують покарання Хуан Чао, а й духи померлих, що перебувають у підземному світі, радяться щодо його неодмінного покарання». Тон та зміст цієї фрази були настільки суворими і рішучими, що навіть Хуан Чао відчув страх перед помстою, що наближалася. У період занепаду Пізньої Тан політична ситуація стала ще напруженішою, а повстання Хуан Чао тільки загострило кризу великої імперії. Чхве Чхівон опинився втягнутим у багато внутрішніх конфліктів і дилем. Зокрема, він, з одного боку, відчував глибоку вдячність перед Ґао Пяном за його підтримку та рекомендації, які дозволили йому досягти успіхів на державній службі, підвищити свій статус і репутацію та реалізувати свої ідеали служіння державі в чужій країні. З іншого боку, в більш пізній період життя Ґао Пян взяв під свій контроль військові сили і розширив свою

владу в регіоні. Також після певних нещасних подій схилився до забобонів і поклоніння культу святих, що виявилося несумісним із переконаннями і ідеалами Чхве Чхівона. У періоди нестабільності і політичних змін, Чхве Чхівон почав розглядати можливість повернення на батьківщину. У 885 році він повернувся до королівства Сілла. По поверненню він продовжив свою активну літературну діяльність, створюючи більш розгорнуті твори. Історичні джерела Сілли свідчать, що він написав такі роботи, як «Збірка віршів у стилі сі-лю» («四六集»), «Орання пером в саду камелій» («桂苑笔耕集») та «Збірка творів» («文集»), які включали в себе тридцять томів, хоча всі ці твори також були втрачені [2, с. 51]. У 893 році, за вказівкою королеви Чинсон (진성, 865–897 рр.), Чхве Чхівон знову відвідав Тан у якості посланця з метою продовження культурного обміну між двома країнами. Після повернення він представив королеві десять порад щодо актуальних питань, і хоча не всі з них були повністю реалізовані, та це свідчить про його глибокий інтерес до державної політики.

У 899 році, у віці сорока років, Чхве Чхівон завершив свою державну службу і вийшов у відставку. З цього моменту він відмовився від політичних обов'язків та мирської суєти. За легендою, він помер у 951 році. і був посмертно возведений в сан Веньчан-хоу (文昌侯) [5].

Збірка віршів під назвою «Сад Гвей» був створений Чхве Чхівоном упродовж чотирьох років його перебування в Хуайнані (淮南). У цій збірці багато текстів представляють собою офіційні документи, такі як привітання, звіти і записки, які були складені Чхве Чхівоном як державним службовцем. Щодо поезії в «Саду Гвей», можна виділити дві основні категорії. Перша категорія включає вірші, присвячені хвалі заслуг та досягнень Ґао Пяня. Ця частина містить тридцять віршів, в яких Чхве Чхівон порівнює свого начальника з відомими героями і військовими вождями, описуючи його тактичні здібності, літературну майстерність, а також вміння керувати армією.

Друга категорія віршів у збірці включає прощальні вірші та вірші, присвячені природі, які виділяються своєю щиросердністю та художньою цінністю.

2. Порівняльний аналіз структурних особливостей класичної китайської поезії форми «ши» і віршів Чхве Чхівона

Поезія Чхве Чхівона визначається виразністю та глибоким змістом, і вважається значущою складовою як китайської, так і корейської літературної спадщини. Тому для визначення впливу китайської літературної традиції віршування належить ретельно вивчити і проаналізувати структурні аспекти віршів Чхве Чхівона Так, структура танських віршів визначається двома основними параметрами: кількість рядків та кількість ієрогліфів у кожному рядку. Таким чином, класифікація танських віршів передбачає наявність 4 або 8 рядків і зазвичай 5 або 7 ієрогліфів у кожному рядку. На основі аналізу структури віршів Чхве Чхівона, до якого було залучено 86 віршів, які на цей час складають літературний спадок поета, можна відзначити відповідність цим параметрам, оскільки вони також включають в себе або 4, або 8 рядків та, як правило, дотримуються відповідної кількості ієрогліфів у кожному рядку, що вказує на слідування класичним китайським традиціям віршування доби Тан.

Стиль танських віршів традиційно визначається складною структурою, яка включає чотири двовірші, кожен із яких має власну функцію. Перший двовірш, відомий як «首联» або первісний двовірш, відкриває тему вірша. Наступний двовірш, називається «颔联» або другий двовірш, має виконувати певні вимоги щодо вживання паралелізму та антитези, а також розкривати тему через асоціативні зв'язки. Наступний двовірш, відомий як «颈联» або третій двовірш, також повинен використовувати паралелізм та антитезу та розкривати тему через асоціативні зв'язки. Іншими словами, третій і четвертий рядки створюють образи та асоціації, які виражаються за допомогою традиційних стилістичних засобів китайської поезії, таких як паралелізм, символи, алегорії, перифраз, алюзії та інші. Четвертий двовірш, відомий як «尾联» або останній двовірш, має завершувати вірш і, в більшості випадків, спрямовувати думки та ідеї, які залишаються у читача після прочитання вірша, надихаючи його на подальше обмірковування. У віршах Чхве Чхівона цей розподіл не завжди дотримується так жорстко. Оскільки масштаби цього дослідження не дозволяють навести всі приклади, ми обмежимося одним ілюстративним зразком: віршем «秋夜雨中» («У дощову осінню ніч») :

Пізня осінь, і вітер вже гірко співає,
Справжніх друзів у світі, дійсно, мало хто має.
Третя варта, за вікнами дощ ллє і ллє,
Лампа. Звідси за тисячу лі летить серце моє [3].

Як можна побачити із змісту, цей вірш складається із 4 рядків, але рядки не поділяються на чіткі двовірші за визначеними функціями, також тема

розкривається через пряме зображення атрибутів осінньої дощової ночі, та прямо вказано на думки та почуття автора . Такий підхід дозволяє поетові виразити свої думки та емоції більш вільно, не обмежуючись жорсткими межами структури.

Одна з характерних рис танських віршів – використання паралелізму. Цей літературний прийом зазвичай вживається у другому та третьому двовіршах для підсилення образів або ідей. У віршах Чхве Чхівона, хоча паралелізм може використовуватися, але він не завжди обов'язковий та не обмежує автора. Поет має велику свободу в обранні літературних засобів для вираження своїх почуттів та думок. Отже, вірші Чхве Чхівона, хоч і дотримуються деяких загальних структурних принципів танських віршів, виявляють індивідуальний підхід та авторську вільність в організації своїх творів. Це дозволяє поетові виразити свої думки та емоції більш вільно та експресивно, створюючи власний унікальний стиль в поезії.

3. Компаративний огляд тематики класичної поезії форми «ши» та творів Чхве Чхівона

У танській поезії, дослідники виділяють кілька характерних тем. Перша тема – це природа і поет, де використовуються природні образи для вираження внутрішніх почуттів. Друга тема – втеча від світу, що відображає бажання відірватися від повсякденних турбот і відчути духовну свободу. Третя тема стосується стосунків з друзями, в ній висловлюється прихильність та дружба, а також роздуми про важливість міжособистісних зв'язків. Четверта тема – це чужина, яка вказує на відчуття віддаленості від рідного місця та прагнення повернутися до нього. П'ята тема розглядає молодість і старість як важливі аспекти життя та поступове старіння. Шоста тема – це тлінність буття, яка відображає роздуми про непостійність життя і минущість моменту. Сьома тема – це співвідношення між минущим і вічним, де поети досліджують вічні цінності та їх взаємодію з мінливим світом. Окремі теми також включають символи хризантем, чаю, місяця та вина, які надають поезії глибину та значущість. Остання тема стосується проблеми задоволень і важливості розуміння аспектів розкоші в житті. На додаток, є тема наближення старості поета, яка відображає смуток та роздуми через це та питання неповернення до юності.

Всі твори Чхве Чхівона можна класифікувати за п'ятьма основними категоріями згідно їх тематики. Перша категорія включає ліричні вірші, де автор виражає свою ностальгію за рідною землею, такі як «Осінній вечір під дощем» (秋夜雨中), «Розмова з друзями з рідного місця в горах Шаньян» (山阳与乡友话别), «Східний вітер» (东风), «Послання великому воєводі Ченьцюйну» (陈情上太尉) та інші [1].

Другий тип віршів відображає критику сучасної реальності і включає такі твори, як «Дівчина з Цзяннань» (江南女), «Давній смисл» (古意), «Узгір'я і натхнення» (寓兴), «Квітка соняшника» (蜀葵花) та інші [1].

Третя категорія віршів описує природні красоти та пейзажі. Наприклад, під час своєї подорожі в Шандун автор написав вірші, які передають зображення природи цього місця, такі як «Кам'яні вершини» («石峰»), «Припливи» («潮浪»), «Піщаний берег» («沙汀»), «Дика пожежа» («野烧»), «Жайворонок» («杜鹃»), «Чайка» («海鸥»), «Небезпечні скелі на вершині гори» («山顶危石»), «Низьке соснове дерево на камені» («石上矮松»), «Червоне дерево з червоними листями» («红叶树»), «Ставок на камені» («石上留泉»), а також «Сніг на зупинці Юцзян» («芋江驿雪»), «Гоа Тіцєє» («题伽倻山»), «Вручення монаху Чжигуану» («赠智光上人») та інші.

Четвертий тип віршів – це поезія, присвячена пам'яті і заслугам, а також вірші, створені у формі відповідей на твори інших учених. Приклади таких віршів включають «Тридцять сім віршів, присвячених Сянгуну» («七言纪德诗三十首谨献司徒相公»), «Відповідь на вірші відомого брата Тяня Чженя, отримані від молодшого брата, який здобув ступінь бакалавра» («酬进士田成义兄赠»), «Відповідь на повернення юнака Ву, який здобув ступінь бакалавра, в рідні краї» («酬吴进士峦归江南»), «Відповідь на прощальні вірші для молодого Чжан Шао, колишнього бакалавра» («酬吴峦秀才昔别二绝句»), «Відповідь на прощання з молодим Ян Чжаном, колишнім бакалавром» («酬杨瞻秀才送别») та інші. Цей тип поезії акцентує на важливості вшанування спадщини, виразів вдячності та взаємодії між літературними постатями та інтелектуальними спільнотами, втілюючи в собі синергію між пам'яттю і літературним спадком.

П'ятий жанр поезії можна класифікувати як твори, що спрямовані на опис народних танців, які були поширені у королівстві Сілла. Приклади цього жанру включають «Різноманітні пісні і вірші, присвячені місцевій музиці і танцям» («乡乐杂咏»), «Золота куля» («金丸»), «Місячний вихор» («颠») і подібні [1].

Чхве Чхівон різноманітно використовував різні форми поезії, включаючи семивірші, п'ятивірші, римовані куплети і вірші, які дотри-

мувалися старовинних правил поезії. Проте найпоширенішими формами в його творчості були семивірші та римовані куплети. Вся його поезія завжди була тісно пов'язана з реальним життям і з виразністю відображала його. Чхве Чхівон дотримувався переконання, що поет повинен уникати надмірного фантазування та не відходити від реальності [2, с. 52].с У своїх творах він критикував стилістику, яка відзначалася вільним експериментуванням з фантазією, таку як, наприклад, у вірші Лі Бо: «Піднявшись на крилах натхнення, пір'я в руці, гойдаючи п'ять гір, Поезія сміється, піднімаючись над Цангчжоу». Він розглядав такі витвори як «словесний фарс без сенсу».

Аналіз схожих та відмінних аспектів у творчості поетів доби Тан і Чхве Чхівона вимагає глибокого розгляду культурних та літературних контекстів, спільності і розбіжності між їхніми творчими підходами.

Природа та її сприйняття. так як і поети доби Тан, Чхве Чхівон, відзначається глибоким сприйняттям природи. Він використовує природні образи для вираження своїх почуттів і думок, через описи гір, річок, місяця та інших природних явищ.

Туга за рідним краєм. Туга за рідним краєм є спільною темою поетів доби Тан і Чхве Чхівона. У віршах віддається пошана та виражається відданість своїй Батьківщині. У Чхве Чхівона ця тема стає важливим виразом національної ідентичності.

Відносини з друзями та іншими людьми. Як в творчості поетів доби Тан, так і в творах Чхве Чхівона, можна віднайти теми дружби, листів та повідомлень між друзями. У них відображаються важливість людських відносин та спілкування. Чхве Чхівон входять у публічний діалог через свою поезію, відповідаючи на твори інших поетів або вступаючи в діалог з іншими ученими.

Пам'ять та заслуги. Чхве Чхівона виражає шану та вдячність перед пам'яттю і заслугами інших людей, що можна побачити у його творчості. Це відображення конфуціанського світосприйняття, де пошана перед заслугам людей минулого має велике значення. У творчості поетів доби Тан, хоча також присутній розгляд заслуг та пошани перед іншими, але менш акцентовано у порівнянні з творчістю Чхве Чхівона.

Тепер розглянемо відмінні аспекти:

Критика сучасної реальності. Чхве Чхівон активно критикує сучасну реальність у своїх віршах. Він виразно висловлює свої погляди на суспільні проблеми і політичні події свого часу. У той час як поезія доби Тан, в більшості своїй, критикує реальність подаючи її у вигляді зображення подій минулого. Таким чином, сучасна критика Чхве Чхівона відрізняється від історичної перспективи доби Тан.

Тема народних танців. Одним із відмінних елементів творчості Чхве Чхівона є описи народних танців. Це не є типовим елементом творчості доби Тан, яка більше акцентується на природі, філософії та емоціях. Описи народних танців в поезії Чхве Чхівона можуть відображати його інтерес до народних традицій та культури.

У підсумку, творчість доби Тан і Чхве Чхівона має багато спільних елементів, таких як сприйняття природи, туга за рідним краєм, важливість відносин і пошани перед пам'яттю. Проте, вони також відрізняються за наявністю критики сучасної реальності в творчості Чхве Чхівона та темою народних танців, яка є унікальною для його поезії.

4. Унікальність віршів Чхве Чхівона: інтеграція морських мотивів у класичну поезію епохи Тан

В поезії Чхве Чхівона відзначають такі вірші: «Кам'яна вершина» («石峰»), «Прибій» («潮浪»), «Піщаний берег» («沙汀»), «Пожежа» («野烧»), «Зозуля» («杜鹃»), «Морські чайки» («海鸥»), «Небезпечні скелі на вершині гори» («山顶危石»), «Низькі сосни на кам'яній горі» («石山矮松»), «Червоне дерево з червоними листям» («红叶树»), «Гірський потік» («石山流泉»). У цих ліричних віршах, що відображають природу, можна відзначити кілька особливостей з художньої точки зору. В першу чергу, за своєю тематикою вони представляють собою досить новаторський підхід серед творчості китайських поетів епохи Тан. Море – це тема, яка залишалася відкритою для багатьох відомих поетів того часу, і навіть ті, які використовували фрази, такі як «Місячне сяйво над морем» («海上明月共潮生») з вірша «Квіти у весняній річці у місячну ніч» («春江花月夜») авторства Чжана Жосюя (张若虚), «Жовта ріка впадає в море» («黄河入海流») з вірша «Сходження на вежу Лелеки» («登鹳雀楼») авторства Вана Чжихуаня (王之涣), «Течія в море, що не повертається» («奔流到海不复») з вірша «Прийде час налити вино. Не видно господаря» («将进酒 • 君不见») авторства Лі Бо (李白), «Одна припливна вода виливається з моря як вода з чашки» («–泓海水杯中泻») з вірша авторства Лі Хе (李贺), в основному, використовували свою фантазію, замість того, щоб пропонувати прямий опис морського пейзажу. Більше того, багато поетів епохи Тан не мали можливості особисто спо-

стерігати за великим морем. Чхве Чхівон є одним з небагатьох, хто здійснив подорож морем. Перебуваючи в очікуванні сприятливої погоди перед поверненням на рідну землю, він провів зиму біля підніжжі гори Дажу. У цей період він був захоплений морем, спостерігаючи його та відчуваючи його вплив, що в результаті відобразилося в його творчості, де відзначається освіжаючий і достовірний опис морського ландшафту. Чхве Чхівон детально описав характерні особливості морського пейзажу, концентруючись на зимовому аспекті моря. Відзначаються такі фрази, як «Сонце обпікає, і крок журавля уповільнюється» («日射凝霜鹤步迟»), з вірша «Ша-тін» («沙汀»), «Коріння в тріщинах каменів, листя легко псується» («石罅根危叶易乾»), «Заслуговують на заздрість сосни, що виживають у холоді» («应羡岩松保岁寒»), з вірша «Зозуля» («杜鹃») та «Співаю в холодному лісі і відчуваю сум» («吟对寒林却惆怅», з вірша «Дерево з червоним листям» («红叶树»), які відтворюють зміни природних сезонів у тексті. Чхве Чхівон не тільки стикається безпосередньо з нескінченними морськими хвилями, але також обирає звичайні об'єкти, які можна знайти на його березі, щоб створити образи в своїх віршах. Такі твори, як «Морська чайка» («海鸥»), «Небезпечна скеля» («危石») і «Низькорослі сосни» («矮松»), є вкрай рідкісними явищами в китайській поезії епохи Тан. Включення таких елементів у його поезію робить її винятковою і оригінальною.

Поезія Чхве Чхівона також відзначається майстерністю у відображенні природи. Коли він відправився на схід своїм човном і пропливав біля гори Дачжушань (大珠山), він створив серію з десяти віршів, у яких чутно звуки вітру і місячного світла. Ці десять віршів можна вважати найкращими зразками його ліричної поезії про природу.

Висновки й перспективи подальших наукових досліджень у цьому напрямку. Розгляд біографії та творчості корейського поета Чхве Чхівона, дозволяє зробити з наступні висновки:

Порівняльний аналіз структурних особливостей класичної китайської поезії форми «ши» та віршів корейського поета Чхве Чхівона дозволяє нам відзначити, що поезія Чхве Чхівона відзначається виразністю та глибоким змістом, і вона має велике значення як для корейської, так і для китайської літературної спадщини. Структура танських віршів, характерних для класичної китайської поезії, включає в себе чотири двовірші, кожен з яких виконує певну функцію в розкритті теми вірша. У віршах Чхве Чхівона зберігається загальна структура з 4 рядків, але він не завжди дотримується жорсткого розподілу на двовірші, і автор має велику свободу в обранні літературних засобів для виразу своїх почуттів та думок. В цілому, вірші Чхве Чхівона вказують на вплив класичної китайської літературної традиції віршування, але вони також демонструють авторську креативність і вільність у вираженні своїх ідей та почуттів.

Аналіз творчості Чхве Чхівона допомагає розкрити спільні та відмінні аспекти між його творчістю та традиціями віршування доби Тан. Спільність у сприйнятті природи, смутку за рідним краєм, важливість людських відносин та пошани перед пам'яттю, яскраво виражені як в поезії доби Тан, так і у творчості Чхве Чхівона. Водночас, Чхве Чхівон активно критикує сучасну реальність у своїх віршах, висловлюючи свої погляди на суспільні проблеми та політичні події, що відрізняє його підхід від поезії доби Тан. Крім того, його описи народних танців є унікальним елементом творчості, та не зустрічаються в поезії Тан.

Відзначимо унікальності його творчості, особливо в контексті класичної поезії епохи Тан. Його вірші, такі як «Кам'яна вершина», «Прибій», «Піщаний берег», «Пожежа», «Зозуля», «Морські чайки», «Небезпечні скелі на вершині гори», «Низькі сосни на кам'яній горі», «Червоне дерево з червоним листям» і «Гірський потік» відзначаються інтеграцією морських мотивів у класичну поезію Тан та мають кілька ключових особливостей. В першу чергу, ці вірші відрізняються за новаторським підходом до тематики. Хоча морська тематика була популярною серед китайських поетів епохи Тан, Чхве Чхівон приніс у неї нову бачення, деталізованість та оригінальність, яка робить його творчість відмінною від інших. Другий важливий аспект – це деталізований опис морського ландшафту. Внаслідок особистого досвіду подорожі через море і перебування біля моря, Чхве Чхівон зміг глибше сприймати та передавати враження від морського пейзажу: його описи морських образів освіжаючі та достовірні.

Біографія та творчість Чхве Чхівона представляє важливий матеріал для аналізу та дослідження літературних феноменів Китаю та Кореї. Детальний розгляд впливу класичної літератури Китаю на творчість корейських поетів може бути корисним у нових наукових розвідках у галузі літературознавства, історії східної літератури та перекладознавства.

Список літератури:

1. 陈尚君. 崔致远的诗歌. 文史知识 . 2018. 11. 頁 18–22.
2. 韦旭昇著. 韩国文学史. 北京: 北京大学出版社, 2008. 427 页.
3. 何鸎. 朝鲜古代新罗诗人崔志远诗作初探. 东疆学刊. 1986. 01. 頁 32–40.
4. 董学芳. 第一座外国名人纪念馆–崔致远纪念馆建设的探索与实践. 东南文化. 2010. 3. 頁 38–45.
5. 党银平. ″东国文学之祖″崔致远生卒年考. 辽宁师范大学学报:社会科学版. 2001. 24.5. 頁 76–79.
6. 金东勋. 晚唐著名朝鲜诗人崔致远. 中央民族学院学报. 1985. 1. 頁 75–82.
7. 赵诚焕. 追随崔致远在中国唐代的历史遗迹. 阴山学刊:社会科学版. 2001. 1. 頁 52–60.

Kostanda I. O. **CROSS-CULTURAL INTERACTION: THE INFLUENCE OF CHINESE CLASSICAL POETRY ON THE CREATIVITY OF THE KOREAN POET CHWE CHIWON (최치원)**

This research paper examines the cross-cultural interaction between Chinese classical poetry and the work of the famous Korean poet Choi Chi-won. The author examines the influence of Chinese poetry on the literary tradition of Korea during different historical periods, focusing on the peculiarities of this interaction during the Korean Silla dynasty. The article examines in detail key aspects of the Chinese poetic tradition that may have influenced Choi Chi-won's work, including linguistic and structural aspects of poetry. Choi Chi-won is a Korean poet and writer who had a great influence on Korean literature and is known for his poems during the Korean Silla dynasty. The article examines the life and literary journey of Choi Chi-won, including his travels to the Chinese Tang Empire, his participation in examinations, and his service in government institutions. The study reveals important aspects of the influence of Chinese classical poetry on the work of the Korean poet, as well as the role of cultural exchanges in the development of literary traditions. Analyzes how Chinese poetry became a source of inspiration for Korean poets and how it influenced the development of Korean poetic form. The relevance of the research is due to the need to expand and deepen knowledge about the history of literature and culture, as well as increased interest in intercultural interaction and cultural heritage in the context of globalization. The article not only examines the influence of Chinese classical poetry on the work of the Korean poet Choi Chi-won, but also shows that cross-cultural interaction in literature is an important aspect of the development and preservation of cultural traditions. This article allows us to consider the specifics of the interaction between China and Korea in the literary sphere and to identify the innovative elements that Choi Chiwon introduced in his work. Further research in this area can contribute to a deeper understanding of cultural heritage and intellectual exchanges between different countries and peoples. In addition, they can help open up new avenues for international cooperation and cultural exchange, thereby contributing to the preservation and development of diverse cultural traditions in an increasingly globalized world.

Key words: *wenyang, ancient Korean literature, ancient Chinese literature, Choi Chiwon, cross-cultural interaction, Silla era, Tang era.*

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 316.776.23
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/34

Літвінчук І. С.
Національний університет «Одеська юридична академія»

EVENT-МАРКЕТИНГ ЯК КОМУНІКАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ

Event-маркетинг, також відомий як маркетинг подій, стає все більш популярним інструментом у маркетинговій стратегії підприємств. Він використовується для формування позитивного відношення громадськості до діяльності підприємства та його продукції. Event-маркетинг полягає в організації заходів, спрямованих на привертання уваги громадськості до товарів, послуг та цінностей, які представляє підприємство.

Будь-яка маркетингова стратегія компанії базується на традиційних інструментах, таких як масова реклама у ЗМІ, організація заходів, спонсорство, PR, та інші. Проте сучасний світ постійно змінюється, конкуренти вигадують нові нестандартні підходи, а потенційні клієнти стають більш вимогливими та менше реагують на пряму рекламу. Сучасне суспільство відзначається двома головними рисами: масовим виробництвом і масовим споживанням. З цією умовою багато виробників намагаються досягти масового споживання своєї продукції через масову рекламу, яка зазвичай є більш вигідною з точки зору вартості контакту з аудиторією. Але коли всі роблять однаково, потенційні споживачі перестають реагувати на подібні повідомлення через інформаційний перенасичений потік, у який перетворюється реклама в ЗМІ, радіо і телебаченні, тому ваше рекламне повідомлення, навіть при великих бюджетах, може залишитися непоміченим.

Дана стаття спрямована на вивчення та аналіз ролі Event-маркетингу у загальній системі маркетингових комунікацій. У статті розглядається значущість івентів у сучасному маркетингу та їхній вплив на споживачів. Адже вивчення цієї проблематики є актуальним, оскільки Event-маркетинг є важливим інструментом у сфері реклами та PR, і на сучасному етапі він динамічно розвивається в маркетингових комунікаціях. Особливу роль в просуванні послуг відіграють спеціальні події, оскільки вони створюють емоційний зв'язок зі споживачем. У системі просування послуг, Event-маркетинг виступає як засіб побудови емоційної взаємодії з клієнтами, що сприяє позитивному ставленню до компанії та формуванню лояльності.

Дослідження зазначає, що Event-маркетинг відіграє важливу роль у створенні ефективних маркетингових комунікаційних стратегій та може бути важливим інструментом для залучення та утримання клієнтів.

Стаття адресована маркетологам, практикам у галузі маркетингу та реклами, а також науковцям, які цікавляться питаннями маркетингових комунікацій та event-маркетингу.

Ключові слова: *комунікація, Event-маркетинг, маркетингові комунікації, інтегровані маркетингові комунікації, засоби маркетингових комунікацій.*

Постановка проблеми: У сучасному світі, де споживачі все більше вимагають особистого досвіду та взаємодії з брендами, питання про ефективність Event-маркетингу як частини загальної стратегії маркетингових комунікацій стає актуальним. Ця проблема полягає в тому, наскільки Event-маркетинг може вплинути на побудову бренду, залучення та утримання клієнтів, та чи може він ефективно інтегруватися з іншими інструментами маркетингових комунікацій.

Комунікації є об'єктом вивчення різних наук, у тому числі філософії, соціології, психології, політології, культурологи, лінгвістики, економіки, маркетингу та інших. Тому теорія комунікації є комплексною наукою, що інтегрує знання про комунікаційні процеси в різних областях [7].

Комунікація є необхідною і всезагальною умовою життєдіяльності людини та однією з фундаментальних засад існування суспільства. Обмінюючись інформацією, партнери по спілкуванню

комунікують один з одним, не тільки передаючи та приймаючи знання, думки, ідеї, почуття і настрій, але і впливаючи на поведінку один одного, здійснюючи взаємне маніпулювання. Не будь цього явища, і було б неможливо збирати, передавати, акумулювати, переробляти, аналізувати, об'єднувати в єдине ціле інформацію [8].

Комунікація – процес обміну смисловою інформацією між людьми (індивідами і групами) за допомогою знаків і символів, при якому інформація передається цілеспрямовано, приймається вибірково у відповідності з певними правилами, незалежно від того, цей процес призводить до порозуміння чи ні [8].

Комунікацію можна визначити як процес передачі та прийому інформації з метою досягнення поставлених завдань між відправником(особою або сутністю, що ініціює комунікацію) та одержувачем (особою або сутністю, що отримує інформацію) з метою досягнення певних комунікативних, інформаційних, чи інших цілей [4].

Основні складові визначення комунікації включають:

– Процес: Комунікація є динамічним процесом, який передбачає взаємодію між відправником і одержувачем протягом певного часу.

– Придатність інформації: Комунікація включає в себе передачу інформації, яка може бути висловлена словами, символами, жестами, зображеннями тощо.

– Цілі: Зазвичай, комунікація має певну мету або ціль, яку відправник намагається досягти, і цю мету може бути спрямовано на інформування, переконання, розважання, навчання тощо.

– Взаємодія: Комунікація передбачає взаємодію між двома сторонами – відправником і одержувачем. Відправник надсилає інформацію, а одержувач сприймає і реагує на неї.

– Завдання: Комунікація може бути спрямованою на виконання конкретного завдання або функції, такої як засвоєння знань, розповідь історії, вирішення конфлікту тощо.

Важливо враховувати, що комунікація може відбуватися в різних формах і на різних рівнях, включаючи мовну комунікацію, невербальну комунікацію, міжособистісну комунікацію, масову комунікацію, цифрову комунікацію тощо. Комунікація є ключовим аспектом міжособистих відносин, бізнесу, політики, медіа та інших сфер життя, і її розуміння допомагає покращувати якість спілкування та досягати різноманітних цілей.

Традиційно під маркетинговими комунікаціями розуміють процес передання інформації про товар або послугу на цільові аудиторії з метою створення уявлення про загальну маркетингову стратегію компанії шляхом транслювання певних повідомлень про ціну, якість, засоби продажу [5].

Мета маркетингової комунікації полягає у викликанні інтересу у споживачів і/або переконанні їх у прийнятті певної пропозиції, подивитися на товар або послугу через призму її створювачів чи продавців. Маркетингова комунікація включає в себе різні інструменти і канали, такі як реклама, PR, продажі та інші засоби з метою ефективно спілкуватися з аудиторією та впливати на її перцепцію товару чи послуги.

Ця комунікація може включати в себе різні цілі, такі як:

– Залучення уваги: Привернення уваги споживачів до продукту чи бренду за допомогою реклами, візуальних матеріалів, соціальних медіа тощо.

– Поширення інформації: Розповсюдження корисної інформації про продукт або послугу, щоб споживачі могли зрозуміти їхню цінність та переваги.

– Створення іміджу: Вплив на сприйняття бренду або товару споживачами, формуючи позитивний імідж і асоціації.

– Заохочення до дії: Переконання споживачів вчинити певну дію, таку як покупка товару, заповнення форми на веб-сайті або інші дії.

– Збільшення лояльності: Підтримка існуючих клієнтів та створення в них лояльності до бренду, щоб забезпечити повторні покупки.

Маркетингова комунікація грає важливу роль у створенні успішних маркетингових кампаній та сприяє досягненню бізнес-цілей.

У сучасному світі, де споживачі все більше вимагають особистого досвіду та взаємодії з брендами, питання про ефективність Event-маркетингу як частини загальної стратегії маркетингових комунікацій стає актуальним. Ця проблема полягає в тому, наскільки Event-маркетинг може вплинути на побудову бренду, залучення та утримання клієнтів, та чи може він ефективно інтегруватися з іншими інструментами маркетингових комунікацій.

Дослідження ролі Event-маркетингу в комплексі маркетингових комунікацій може розкрити його потенціал як інструменту, який не лише створює емоційну взаємодію зі споживачем, але і допомагає досягти стратегічних маркетингових цілей, а також його вплив на формування позиціонування бренду на ринку та підвищення свідомості про нього серед цільової аудиторії. Детальний аналіз може допомогти зрозуміти, як

Event-маркетинг може сприяти побудові позитивного сприйняття бренду.

Також важливим аспектом є дослідження взаємодії Event-маркетингу з іншими інструментами маркетингових комунікацій, такими як реклама, PR, спонсорство. Важливо з'ясувати, як івенти можуть впливати на інші складові маркетингового «міксу» та як їхнє поєднання може бути оптимальним для досягнення маркетингових цілей.

Дослідженням цієї проблеми можна сприяти розумінню та визначенню оптимального використання Event-маркетингу в рамках загальної стратегії маркетингових комунікацій і сприяти розвитку бізнесу та підвищенню ефективності маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій: Особливо помітне зростання дослідницького інтересу до проблем комунікації та інформації став спостерігатися у другій половині XX ст.

На сьогоднішній день якісна спеціальна література з Event-маркетингу представлена авторами інших країн. Дослідженню Event маркетингу, методам та прийомам управління унікальними подіями присвячені праці таких вчених Н. Франкель, Б. Шефер, Г. Беквіт, І. Манн, Ф. Котлер, К. Келлер, В. Гавва, Д. Шульц та інші.

За словами Філіпа Котлера, маркетингова комунікація включає створення, комунікацію і надання цінності для споживачів, так що «ціле – це більше, ніж сума частин». Він максимізує індивідуальні і сукупні зусилля всіх каналів зв'язку, включаючи засоби масової інформації, рекламу, цифрові ЗМІ, соціальні мережі, заходи, зв'язки з громадськістю, мобільні засоби зв'язку для взаємодії з клієнтами [7].

Маркетингові комунікації – двосторонній процес, який передбачає як вплив на цільову аудиторію, так і отримання зворотної інформації від споживачів.

На структуру комплексу маркетингових комунікацій впливають тип товару, ступінь купівельної спроможності потенційних споживачів, стратегія просування, стан конкурентів, фінансові можливості та цілі підприємства.

Як передбачає термін, маркетингові комунікації функціонують в рамках маркетингової системи. Традиційно відомий як рекламний елемент комплексу 4P маркетингу, основною метою маркетингових комунікацій є досягнення певної аудиторії, із подальшим впливом на її поведінку [7].

Новий спосіб розуміння цілого, яке складене з таких окремих частин, як реклама, ПР, стимулювання збуту, матеріально-технічного забезпечення, організації відносин з працівниками тощо.

На практиці стратегічні розробки в галузі маркетингових комунікацій найчастіше засновані на використанні одного з методів маркетингових комунікацій або використанні інтегрованих маркетингових комунікацій, але як набору окремих складових, які неузгоджені між собою. Щоб бути ефективними, маркетингові комунікації повинні таким чином інтегруватися в процес передачі інформації, щоб стати помітними і такими, що запам'ятовуються [7].

Як показують дослідження вітчизняних і зарубіжних фахівців, проблема низької ефективності комунікаційного процесу полягає в неузгодженості повідомлень, що йдуть по різних каналах комунікацій. Тому маркетингові комунікації вимагають інтегрованого підходу і планування комунікаційних процесів, заснованого на узгодженості дій всіх засобів маркетингових комунікацій в рамках єдиної стратегії для досягнення поставлених маркетингових цілей.

В Україні зростає потреба в розробці матеріалів, які враховують національну специфіку та особливості цього напрямку.

Мета дослідження полягає в глибокому розумінні ролі Event-маркетингу у комунікаційних процесах, розробці практичних рекомендацій для успішного використання event-маркетингу як комунікаційних технологій. Формуванні стратегій та інструментів для маркетологів та організаторів подій з метою покращення комунікації зі споживачами.

Виклад основного матеріалу: Сучасна реальність вимагає від брендів та компаній активно шукати та впроваджувати нові методи та інструменти для взаємодії з цільовою аудиторією. В цьому контексті Event-маркетинг стає ключовим компонентом комплексу маркетингових комунікацій та набуває все більшої ваги для досягнення маркетингових цілей.

Event-маркетинг визначається як використання спеціальних заходів та подій для сприяння побудові бренду, взаємодії зі споживачами, та досягнення маркетингових цілей. Його основна мета полягає в створенні емоційного звязку з аудиторією та відтворенні позитивного сприйняття бренду.

Роль Event-маркетингу в комплексі маркетингових комунікацій полягає в наступному:

1. Створення емоційного досвіду: Івент-маркетинг дозволяє споживачам особисто відчути і пережити цінності та повідомлення бренду. Він допомагає створити незабутні враження та взаємодію, що залишають позитивне враження.

2. Підвищення свідомості та позиціонування бренду: Event-маркетинг допомагає виробникам підняти рівень свідомості про їх бренд та визна-

чити його унікальність на ринку. Події та заходи можуть стати платформою для вираження цінностей та основних принципів бренду.

3. Інтеграція з іншими інструментами маркетингових комунікацій: Event-маркетинг може успішно поєднуватися з іншими інструментами, такими як реклама, PR, та спонсорство. Спільна робота цих елементів створює комплексну стратегію залучення та утримання клієнтів.

4. Досягнення маркетингових цілей: Event-маркетинг може бути використаний для досягнення різних маркетингових цілей, включаючи збільшення продажів, залучення нових клієнтів, та підвищення лояльності.

5. Подальший розвиток і тенденції: Сучасні тенденції показують, що Event-маркетинг набуває все більшого значення у маркетинговій стратегії компаній. Його можливості постійно розширюються, включаючи використання віртуальних подій та інтерактивних технологій [5].

Отже, Event-маркетинг є важливим інструментом у комплексі маркетингових комунікацій, який допомагає створити емоційний досвід для споживачів, підвищити свідомість та позиціонування бр енду, та досягти різних маркетингових цілей. Він інтегрується з іншими інструментами маркетингових комунікацій та сприяє побудові сильного емоційного зв'язку між брендом та споживачем.

Сьогодення вимагає від брендів бути більш інноваційними та здатними залучати та утримувати увагу споживачів. Event-маркетинг допомагає вирішувати це завдання, створюючи емоційні враження та надаючи можливість споживачам особисто взаємодіяти з брендом. Він дозволяє брендам будувати довгострокові стосунки зі своєю аудиторією та підвищувати лояльність споживачів.

Основні елементи маркетингових комунікацій включають:

1. Рекламу. Реклама включає в себе публічне повідомлення про продукт, послугу або бренд, яке спрямоване на залучення уваги споживачів. Реклама може бути телевізійною, радіорекламою, рекламою в інтернеті, у друкованих виданнях та іншими способами.

2. Прямий маркетинг. Цей елемент включає в себе використання особистого зв'язку з клієнтами для надсилання індивідуальних пропозицій, акцій і запитів. Прямий маркетинг може включати в себе поштову розсилку, телефонні дзвінки, email-маркетинг і так далі.

3. Паблік релейшнз (PR): PR включає в себе діяльність, спрямовану на створення та підтримку позитивного образу компанії або бренду в очах громадськості. Це може включати в себе відносини з ЗМІ, організацію спеціальних заходів та подій, спонсорство та інше.

4. Продажі: Продажі охоплюють всі процеси, пов'язані з непосереднім продажем продуктів або послуг споживачам. Це може бути продаж у магазинах, онлайн-продажі, продажі через дистриб'юторів та інші методи.

5. Зв'язки з громадськість (Public Relations): Зв'язки з громадськістю включають в себе діяльність, спрямовану на взаємодію з різними зацікавленими сторонами, такими як клієнти, акціонери, співробітники, аналіз репутації і відносини з громадськістю.

6. Спонсорство: Спонсорство означає фінансову підтримку певних заходів, проектів або організацій з метою реклами бренду або компанії.

7. Маркетингові комунікації в інтернеті: Це включає в себе використання інтернету та соціальних медіа для спілкування з цільовою аудиторією через веб-сайти, електронну пошту, соціальні мережі та інші онлайн-канали.

Ці елементи маркетингових комунікацій можуть використовуватися окремо або в комбінаціях для досягнення маркетингових цілей компанії чи бренду.

Зрештою, Event-маркетинг не лише став важливим інструментом для брендів у сучасному маркетинговому середовищі, але і продовжує розвиватися та адаптуватися до змін. Його можливості включають в себе віртуальні та гібридні події, що робить його ще більш актуальним та потужним інструментом для досягнення маркетингового успіху.

Отже, Event-маркетинг має ключову роль у комплексі маркетингових комунікацій і є важливим фактором для побудови сильного бренду та досягнення маркетингових цілей компаній у сучасному світі.

Використання Event-маркетингу у комплексі маркетингових комунікацій надає багато переваг та можливостей для брендів і компаній. Продовжимо розгляд його роль та переваги:

1. Взаємодія зі споживачем: Event-маркетинг дозволяє побудувати прямий та особистий контакт зі споживачем. Ця інтеграція може бути використана для збору фідбеку, вивчення потреб аудиторії та встановлення близьких стосунків між брендом і клієнтами.

2. Підвищення лояльності: Емоційний зв'язок, що створюються завдяки івентам, можуть призвести до збільшення лояльності споживачів.

Лояльні клієнти частіше обирають продукти чи послуги бренду і рекомендують їх іншим.

3. Створення контенту: Event-маркетинг є відмінним джерелом контенту для подальшого використання у маркетингових кампаніях. Фотографії, відео та історії з подій можуть бути опубліковані на соціальних медіа, в блогах і на веб-сайтах, що підсилює обіг інформації про бренд.

4. Вирішення конкретних завдань: Event-маркетинг може бути спрямованим на конкретні завдання, такі як запуск нового продукту, проведення акцій та розпродажів, підтримка благодійних ініціатив, та багато інших. Він дозволяє точно спрямовувати зусилля на досягнення поставлених цілей.

5. Адаптація до змін: Event-маркетинг може бути легко адаптованим до змін у суспільстві та ринку. Зокрема, в останні роки зростає популярність віртуальних та гібридних івентів, що дозволяє брендам досягати своєї аудиторії в будь-яких обставинах.

В цілому, Event-маркетинг є сильним інструментом, який допомагає брендам будувати відносини зі споживачами, створювати незабутні враження, та досягати маркетингових цілей. Його роль у комплексі маркетингових комунікацій надзвичайно важлива, особливо в епоху, коли споживачі шукають більше емоційних та особистих взаємодій з брендами.

Висновки. Event-маркетинг є важливим інструментом у системі маркетингових комунікацій так як на даний момент це один з найперспективніших напрямів комунікаційної діяльності в будь-якій сфері. Він допомагає створити емоційний зв'язок зі споживачем і побудувати позитивне сприйняття бренду. Взаємодія з брендом через івенти дозволяє споживачам особисто пережити цінності та повідомлення бренду, що робить ці значення більш реальними та запам'ятовуваними.

Івенти можуть ефективно інтегруватися з іншими інструментами маркетингових комунікацій, такими як реклама, PR, спонсорство. Спільна робота цих елементів створює комплексну стратегію залучення та утримання клієнтів.

Загальним висновком є те, що Event-маркетинг є потужним інструментом комунікаційного маркетингу, який може допомогти компаніям досягти своїх цілей, покращити спілкування зі своєю аудиторією та підсилити образ бренду. Event-маркетинг має великий потенціал у комплексі маркетингових комунікацій та є важливим інструментом для досягнення маркетингового успіху. Його здатність створювати емоційний досвід та взаємодію зі споживачами робить його незамінним для брендів, які прагнуть залучити та утримати свою аудиторію.

Список літератури:

1. Васильців Н. М. Застосування маркетингових комунікацій у період пандемії Covid-19. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 47. С. 71–75. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/47_2020_ukr/15.pdf. (дата звернення 11.08.2022).

2. Вікрі К. Нетворкінг для інтровертів. Поради для комфортної та ефективної комунікації. Київ : Vivat, 2020. 224 с.

3. Євдокимова В. В. Міжкультурна комунікація у соціальній роботі / В. В. Євдокимова. Київ : Університет «Україна», 2018. 191 с.

4. Квіт С. Масові комунікації. Київ : Києво-Могилянська академія, 2018. 352 с.

5. Король І.В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник [Текст] / І.В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань: Візаві, 2018. 191 с.

6. Мунтян, І., Князєва, О., & Значек, Р. Р. (2021). Event-маркетинг в системі маркетингових комунікацій України. *Економіка та суспільство*, (28). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-52

7. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.

8. Т. М. Бурмака. Комунікативний менеджмент : конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент) / Т. М. Бурмака, К. О. Великих ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с.

Litvinchuk I. S. EVENT MARKETING AS A COMMUNICATION TECHNOLOGY

Event marketing, also known as event marketing, is becoming an increasingly popular tool in the marketing strategy of businesses. It is used to form a positive attitude of the public towards the activities of the enterprise and its products. Event-marketing consists in the organization of events aimed at drawing the attention of the public to the goods, services and values represented by the enterprise.

Any marketing strategy of the company is based on traditional tools, such as mass media advertising, event organization, sponsorship, PR, and others. However, the modern world is constantly changing, competitors

invent new non-standard approaches, and potential customers are becoming more demanding and less responsive to direct advertising. Modern society is characterized by two main features: mass production and mass consumption. With this condition, many manufacturers try to achieve mass consumption of their products through mass advertising, which is usually more profitable in terms of the cost of contact with the audience. But when everyone does the same, potential consumers stop responding to such messages due to the information overload that media, radio and television advertising has become, so your advertising message, even with large budgets, can go unnoticed.

This article is aimed at studying and analyzing the role of event marketing in the general system of marketing communications. The article examines the significance of events in modern marketing and their impact on consumers. After all, the study of this issue is relevant, since event marketing is an important tool in the field of advertising and PR, and at the current stage it is dynamically developing in marketing communications. Special events play a special role in the promotion of services, as they create an emotional connection with the consumer. In the system of promotion of services, Event-marketing acts as a means of building emotional interaction with customers, which contributes to a positive attitude towards the company and the formation of loyalty.

The study notes that event marketing plays an important role in creating effective marketing communication strategies and can be an important tool for attracting and retaining customers.

The article is addressed to marketers, practitioners in the field of marketing and advertising, as well as scientists who are interested in marketing communications and event marketing.

Key words: *communication, Event marketing, marketing communications, integrated marketing communications, marketing tools communications.*

УДК 007:304:001
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/35

Семенець О. О.
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

ДИСКУРСИВНІ ПРАКТИКИ ПРОУКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ ПЕРІОДУ ВЕЛИКОЇ ВІЙНИ (2022–2023 РР.)

Стаття присвячена аналізу особливостей дискурсивних практик телеграм-каналів проукраїнського, патріотичного спрямування періоду повномасштабної збройної агресії Російської Федерації проти України (2022–2023 рр.). Із позицій критичного дискурс-аналізу розглянуто характерні ознаки і тенденції розвитку дискурсивних практик представлення інформації в таких телеграм-каналах.

Зокрема, проаналізовано роль особливого дискурсивного коду, побудованого на ґрунті спільно пережитого воєнного досвіду та спільних знань. Такі дискурсивні практики відзначаються сильною контекстуальною та ситуативною зумовленістю висловлення, необхідною «посвяченістю» читача, певною «втаємниченістю» та незрозумілістю для сторонньої людини. Максимально стислий спосіб передавання інформації спричинений ситуацією повітряної тривоги, а також спільною базою знань читачів. Дискурсивні практики телеграм-каналів засвідчують значне зростання рівня обізнаності українського суспільства у військовій справі.

Телеграм-канали проукраїнського, патріотичного спрямування характеризуються особливою тональністю спілкування з аудиторією, емоційним зв'язком із читачами, прагненням надавати емоційну підтримку своїй аудиторії. Українські блогери, лідери думок, які адмініструють ці канали, здатні точно, влучно виражати думки і настрої, почуття і переживання своєї аудиторії, підтримуючи тим самим згуртованість українського суспільства.

Ключові слова: *війна Росії проти України, телеграм, дискурсивні практики, критичний дискурс-аналіз, дискурсивний код, дискурсивна система, втаємниченість, спільний досвід, база знань, емоційна тональність, консолідація суспільства.*

Постановка проблеми. Месенджер «Телеграм» (який виконує також функції соціальної мережі) набуває в Україні дедалі більшої ваги як джерело отримання новинної інформації. Масштабне соціологічне дослідження «Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни», проведене в липні 2022 року Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС) на замовлення Громадянської мережі ОПОРА, засвідчує, що під час повномасштабного вторгнення РФ більшість українців отримують новини з онлайн-джерел, зокрема із соціальних мереж та месенджерів. «Що стосується соціальних мереж, то найбільше респондентів користуються Telegram (39% опитаних), трохи менше – Facebook і YouTube (24–26% відповідно)» [2].

На другому році повномасштабної війни, згідно з дослідженням КМІС, телеграм залишається найпопулярнішою серед громадян України соціальною мережею. Якщо у 2022 році 65,7% опитаних з-поміж інших соціальних мереж для отримання новин обирали саме телеграм-канали, то у 2023 році цей показник склав 71,3% [1].

Фахівці в галузі цифрової та інформаційної безпеки зауважують серйозні недоліки й вразливі місця месенджера «Телеграм»: російське походження платформи та вірогідний контроль із боку спецслужб РФ; анонімність акаунтів та відмова від наскрізного шифрування повідомлень у звичайних чатах; слабка модерація контенту та відсутність офіційної політики боротьби з фейками й дезінформацією, і як наслідок цього – можливості для організованої масштабної дезінформації та ворожої пропаганди.

Попри всі ці суттєві недоліки й небезпеки, телеграм під час повномасштабного вторгнення РФ зберігає в українському інформаційному середовищі свою провідну роль і як найбільш популярний засіб особистого обміну повідомленнями, і як основна платформа споживання новин. Завдяки своїй технічній надійності, швидкості дії та зручності користування, достатній функціональності у форматі «один – багатьом» та можливостям діалогу з читачами, телеграм залишається основним джерелом інформації для більшості українців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль месенджера «Телеграм» під час повномасштабної збройної агресії Росії проти України (2022–2023 рр.) є об'єктом уваги українських та

зарубіжних дослідників у різних аспектах. Науковці роблять спроби тематичного моделювання контенту й аналізу настроїв українських користувачів телеграму [8; 9]. Вивчають функціонування месенджера в плані соціальної кібербезпеки [7]. На матеріалі цієї платформи досліджують вплив російської пропаганди на українську аудиторію та зміни стратегій цієї пропаганди в умовах «першої глобальної війни в епоху соціальних мереж» [5]. Розглядають значення стрічки воєнних новин у формуванні найбільш документованої та найбільш персоналізованої реальності війни в історії людства, а також роль цифрової спільноти як учасників фракталізованої психологічної війни [6].

Метою статті є виокремлення характерних особливостей і тенденцій розвитку дискурсивних практик представлення інформації в телеграм-каналах проукраїнського, патріотичного спрямування під час повномасштабної війни Росії проти України (2022–2023 рр.). У дослідженні застосовано підхід критичного дискурс-аналізу.

Виклад основного матеріалу. Українські лідери думок, які ведуть ці канали, можуть бути відомими особами: громадськими діячами (наприклад, Ігор Лаченков, телеграм-канал «Лачен пише» https://t.me/lachentyt (1 317 518 підписників)); військовими та волонтерами (наприклад, Марія Берлінська, канал «Берлінська» https://t.me/MariaBerlinska (11 059 підписників)); журналістами (наприклад, телеграм-канал Олени Трибушної та Антона Голобородька «Є питання» https://t.me/e_pytannya (23 868 підписників)). Особа, яка веде популярний телеграм-канал, може бути не названою з міркувань безпеки, оскільки має стосунок до Збройних сил України (наприклад, телеграм-канал «Николаевский Ванёк» https://t.me/vanek_nikolaev (1 471 097 підписників) або «Оперативний інформ» https://t.me/operatyvnii (95 762 підписники)). Дані про кількість підписників наведено станом на 30.09.2023.

Для порівняння залучаємо також матеріали офіційних телеграм-каналів органів державної влади, безпеки й оборони (наприклад, телеграм-канал «Віталій Кім / Миколаївська ОДА» https://t.me/mykolaivskaODA (610 264 підписники)).

Часові рамки дослідження охоплюють період із лютого 2022 р. до жовтня 2023 р. При цитуванні публікацій телеграм-каналів зберігаємо авторську орфографію та пунктуацію.

Дискурс-аналіз медіатизованих комунікацій періоду повномасштабної збройної агресії РФ (2022–2023 рр.) засвідчує, що виразні зміни відбулися не лише в складі ресурсів української мови (вибух словотворчості, активне використання військової термінології та одиниць військового сленгу, активізація призабутих значень слів (*евакуація, лендліз, колаборант* тощо)) – змінилися практики мовного спілкування, комунікативні стратегії й тактики побудови дискурсів.

Стрімко кількісно зріс контент соціальних медіа, у зв'язку з насиченістю людського досвіду трагічними подіями та їхньою суспільно-політичною значущістю. Яскраві зміни відбулися й у якості контенту. Зокрема в особистих дописах користувачів соціальних медіа набули особливого значення оперативність повідомлень про злочини російської агресії, соціальна оцінність, вираження громадянської позиції українців, емоційно-вольової єдності суспільства в протидії ворогу.

Дискурсивні практики як типізовані способи реалізації мовленнєвої діяльності, здійснюваної відповідно до вимог певного типу дискурсу, що є загальноприйнятим у тій чи тій комунікативній сфері соціальної групи, – виявляють свою яскраву специфіку в середовищі комунікаційних платформ певного ідейно-тематичного та функціонального спрямування.

Зокрема, дискурсивні практики українського сегменту соціальних медіа виявляють закріплення у вжитку певних висловів з особливо цінними для суспільства конотаціями. Наприклад, **фрази-меми**, що є втіленням емоційної стійкості, рішучості й гідності: ***«Русский военный корабль…», «Шо по русні?», «Доброго вечора, ми з України!»*** і багато інших.

Вираз ***«Як ти?»*** набув стійких конотацій любові, турботи, сердечного хвилювання за життя й здоров'я близьких людей. Саме це багатство емоційно-смислових асоціацій виразу послужило підставою для вибору назви комунікативної кампанії ***«Ти як?»*** – Всеукраїнської програми ментального здоров'я, що стартувала в березні 2023 року за ініціативи Олени Зеленської [4].

На початку вторгнення особливим емоційним ореолом були оточені так звані **«мовні паролі»**, або слова-шиболети (***паляниця***, ***світлиця***, ***молодиця***, ***Укрзалізниця***, ***Гостомель*** та інші), вимова яких давала змогу відрізнити своїх від чужих, встановити мовну ідентичність людини.

Розвиток дискурсивних практик часів Великої війни зумовив формування в соціальних мережах та месенджерах особливої мови спілкування інфлюенсерів з аудиторією, **особливого дискурсивного коду**, побудованого на ґрунті **спільно пережитого досвіду та спільних знань**. Для такого спілкування характерні контекстуальна й ситуативна зумовленість висловлення, необ-

хідна «посвяченість» читача, певна втаємниченість і незрозумілість для сторонньої людини.

Звернімо увагу, наприклад, на послідовність повідомлень у телеграм-каналі «Віталій Кім / Миколаївська ОДА» вночі 07 травня 2023 року, під час чергового обстрілу ракетами та безпілотниками «Шахед». Дискурс очільника обласної адміністрації представлений низкою окремих повідомлень (https://t.me/mykolaivskaODA/4967 – https://t.me/mykolaivskaODA/4980); можливість коментарів у телеграм-каналі не відкрита, аудиторія реагує на кожне повідомлення великою кількістю смайлів та емодзі:

2 прихода в Нико (0:23, https://t.me/mykolaivskaODA/4967)

Или над Нико (0:24)

Будут еще :((0:27)

Зарева не было. ПВО надеюсь (0:29)

Так, на сколько я понял минус 2 это хорошо, но две балалайки медленные еще в воздухе (0:33)

3й (0:34)

Да отстаньте вы от Нико. У нас тут все скучно… ПВО в каждом бандеровском дворе (0:36)

+1 (0:37)

Не буду писать деталей.

Вызовов 101/102 не было… Либо ПВО, либо поле (0:54)

Одесса непонятно (0:55)

Мы потеряли минимум 1 кацапский мопед. Либо упал уже, либо низко еще где-то (0:59)

Как говорит один мой хороший знакомый: писять и спать для Николаевской области (1:03)

«1:04 Миколаївській р-н, с……., біля ……. горить суха трава. Зв'язок з приходом наразі не встановлений, але можливий.»

Ну так, чисто для формальности (1:09)

! Відбій повітряної тривоги ! (1:09, https://t.me/mykolaivskaODA/4980)

У повідомленні телеграм-каналу «Оперативний інформ» під час повітряної тривоги йдеться про аеродром у Старокостянтинові – він прямо не названий, але читачі добре розуміють, що саме цей військовий аеродром мається на увазі:

«Хмельниччина, невдовзі готуйтесь зустрічати Шахеди.

***Місцеві мешканці прекрасно знають, куди вони зазвичай намагаються влучити,** тому подбайте про власну безпеку!»* (24.10.2023, 0:46, https://t.me/operatyvnii/13647).

І через кілька повідомлень у цьому каналі:

*«**Старкон**, в укриття!*

Невдовзі буде гучно!» (24.10.2023, 1:08, https://t.me/operatyvnii/13652).

Максимально стислий спосіб передавання інформації зумовлений ситуацією повітряної тривоги, яка вимагає зосередженості, зібраності, швидкої реакції, а також спільною базою знань читачів, усім набутим досвідом повномасштабної війни:

*«**Робота ППО по БпЛА** на Харківщині»* (15.10.2022, https://t.me/lachentyt/20965);

*«Запорізька область – **робота ППО по БпЛА**»* (30.06.2023, https://t.me/lachentyt/31234).

Порівняймо ще більший ступінь лаконічності: під час тривоги в окремому повідомленні стрілочка (або іконка вказівного пальця) означає напрям руху ворожих БпЛА чи ракет, наприклад: *«Кіровоградщина → Черкащина»* (23.08.2023, https://t.me/lachentyt/33487).

Ще приклад: *«**миг саваслейка**»* (07.06.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/15175). Пор. також більш ранні повідомлення в цьому каналі: *«**МИГ-31К**, Саваслейка»* (21.04.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/13707). Або ж – як відтворення системної фіксації в українському дискурсі помилки комп'ютерного перекладу з російської мови, зробленого ворогом, – із відповідними іронічними конотаціями лексеми: *«**мить** Саваслейка»* (08.05.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/14278).

Читачі сприймають значно більший обсяг інформації, ніж прямо виражений у повідомленні *«миг саваслейка»*: вони розуміють, що з військового аеродрому Саваслейка, розташованого в Нижньогородській області РФ, щойно злетіли літаки «МіГ-31К», які можуть нести аеробалістичні ракети «Кинджал», що їх Росія представляє як гіперзвукові.

Фахове роз'яснення щодо специфіки загрози від цих літаків адміністратор каналу «Николаевский Ванёк» популярно представляє аудиторії також пізніше, після чергового ракетного обстрілу, тим самим розширюючи необхідну базу знань читачів (зберігаємо авторську орфографію і пунктуацію):

«по Киеву работали 6 бортов МИГ-31К, вылеты были с Саваслейки

да, оперативно не сообщили тогда о взлётах

у МиГов-31К в отличии от других типов самолёта по сути нет пусковых рубежей

пуски были даже не с приграничных областей, и пуски были с другого места чем месяц назад

то есть де-факто запустить свою херню они могут практически откуда угодно

именно поэтому и включают тревогу по всей стране, когда взлетает МиГ-31К (ну и понятно там дальность ракеты Х-47 ещё нихеровая)

фильтруйте» (19.06.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/15537).

Загалом за час повномасштабної збройної агресії РФ значно зріс рівень обізнаності українського суспільства у військовій справі. Звичайні громадяни стали більше розбиратися в озброєнні, замислюватися над воєнною стратегією й тактикою. Ще на початку війни цивільні люди засвоїли *«правило двох стін»* як першочергову умову захисту від ракетних обстрілів.

Цивільні українці почали розумітися на видах зброї, ракетної та артилерійської. Українці вже знали, наприклад, що росіяни обстрілювали місто Миколаїв перероблеными ракетами С-300, модернізованими завдяки засобам супутникової навігації, і що Росія, маючи великий запас цих неточних ракет, використовувала їх переважно як зброю терору й залякування, а не для досягнення суто військових цілей [3]. Українці знали також, що центр Вінниці 14 липня 2022 року був обстріляний російськими ракетами «Калібр» – дуже точною зброєю, похибка якої на місцевості становить не більше 2-3 метрів. Отже, в той день у Вінниці був навмисний терористичний акт проти цивільного населення українського міста.

Характерна для каналів лідерів думок **«утаємничена» мова** зумовлена опертям на набуту спільну базу знань, а також сильною залежністю від контексту й ситуації спілкування. На таких телеграм-каналах, а також на взаємопов'язаних між собою каналах (наприклад, «Віталій Кім / Миколаївська ОДА» – «Николаевский Ванёк») може формуватися **особлива дискурсивна система**, зі своїми лексичними та граматичними ресурсами вираження.

Наприклад, повідомлення в телеграм-каналі Віталія Кіма, голови Миколаївської ОДА, про обстріли ворожих військ українською артилерією (27.04.2023):

*«Гарне відпрацювання **коршунів** за річкою. Далі буде»* (20:18, https://t.me/mykolaivskaODA/4848);

*«Виправляюсь. Відпрацювання **хижачків**»* (22:21, https://t.me/mykolaivskaODA/4850);

*«Ще раз виправляюсь: **хижачки** + **коршуни**»* (0:16, https://t.me/mykolaivskaODA/4851).

Пор. повідомлення в телеграм-каналі «Николаевский Ванёк»:

*«мало кто помнит, что во время оккупации Херсона некоторые храбрые **коршуняки** и **крысюки** рисовали на стенах, на асфальтах, та где угодно название канала*

теперь тоже самое в Мелитополе

Мелитопольчата (іконки двох сердечок – блакитного та жовтого)*»* (28.04.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/13941).

Такий дискурс містить відсилання до назви експериментального зведеного підрозділу операторів ударних та розвідувальних БПЛА ***«Коршуни»***, яким командує генерал-майор ЗСУ Дмитро Марченко – *«дядя Діма»*, до якого мешканці Миколаєва відчувають особливу любов і повагу.

Про початок контратак під Бахмутом канал «Оперативний інформ» повідомляє дуже лаконічно, всього лише двома словами, але капслоком та в супроводі двох емодзі:

БАХМУТСЬКИЙ НАПРЯМОК (два емодзі, які зображають схрещені пальці та міцний м'яз руки) (12.05.2023, https://t.me/operatyvnii/7443).

Аудиторія добре розуміє, що йдеться про важку оборону Бахмута, стійкість і мужність ЗСУ.

Такі дискурсивні практики з опертям на спільну когнітивну базу відіграють особливу роль під час повітряних тривог, коли країна об'єднана спільним переживанням і напружено стежить за рухом ворожих ракет і дронів, за вибухами в українських містах, покладає найбільші сподівання на українську ППО, українці вболівають за кожну область і кожне місто, на яке спрямовані обстріли.

Наприклад, часова відстань між двома послідовними повідомленнями телеграм-каналу «Лачен пише» – близько години:

Вибухи на Черкащині (08.06.2023, 20:19, https://t.me/lachentyt/30209);

Умань (емозді суму та людських обіймів) (08.06.2023, 21:16, https://t.me/lachentyt/30210).

Читачі розуміють, що ці два максимально лаконічні повідомлення (із використаними емозді наприкінці другого повідомлення) передають інформацію про трагедію, що сталася в результаті влучання ворожої ракети. Об'єднана спільним контекстом і ситуацією повітряної тривоги в країні, спільними емоціями, а також знаннями про те, що існує офіційна заборона відразу ж повідомляти про результати ворожих обстрілів, – аудиторія «прочитує» повідомлення про влучання ракети, яке прямо не сформульоване.

Порівняймо також повідомлення про ту саму подію в телеграм-каналі «Николаевский Ванёк»:

громко в Умани (08.06.2023, 20:18, https://t.me/vanek_nikolaev/15220).

І через кілька повідомлень:

Уманьчата… (08.06.2023, 20:52, https://t.me/vanek_nikolaev/15223).

Аудиторія розуміє прихований зміст повідомлень, емоційно об'єднана й переймається безпекою співгромадян – це засвідчує велика кількість емодзі співчуття та підтримки під такими постами.

Кожен із телеграм-каналів популярних українських блогерів відрізняється **особливою тональністю**, становить своєрідну екосистему, із характерною емоційною атмосферою та особливим tone of voice. У найважчі моменти **надавати емоційну підтримку своїй аудиторії** – важливе комунікативне завдання лідерів думок.

Особливо теплими емоційними стосунками зі своєю аудиторією вирізняється телеграм-канал «Николаевский Ванёк». Зокрема, показовим є узвичаєне в цьому каналі турботливе звертання до мешканців областей, коли «Ванёк» попереджає про небезпеку: *«Одесса, котики»*, а також *дніпрята, киевчата, криворожата, кропивничата, уманьчата, львовята, херсончата, харьковчата, кременчужата* і под.

Після важкої комбінованої атаки надзвуковими протикорабельними ракетами «Онікс», крилатими ракетами «Калібр» та ударними БпЛА «Шахед», яку Одеса пережила в ніч на 25 вересня 2023 року, – адміністратор каналу звертається до одеситів зі словами співчуття та підтримки:

«по Одессе и области предварительно – чисто ***Одесские котики, вы как? дышим?»*** (25.09.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/18025).

Характерна особливість дискурсивних практик цих телеграм-каналів під час повітряних тривог і обстрілів – прагнення трохи заспокоїти, зняти напруження й тим самим надати сил читачам. «Николаевский Ванёк», наприклад, може м'яко жартувати, нагадуючи про відоме «правило двох стін»:

«еще в сторону Криворожат ракета, тип скорее всего такой же ***операцию «калидоры» включить»*** (20.10.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/18523);

«по ракетам отбой

вероятно крылатые ракеты были наземного базирования, то есть Искандер-К

можно ***вылазить с калидоров»*** (30.10.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/18694).

Лідери думок утримують увагу своєї аудиторії передусім тим, що **лаконічно й влучно передають почуття й переживання, якими об'єднана аудиторія**.

Під час повітряних тривог характерним є особливо яскраво виражене **негативне емоційно-оцінне забарвлення** метафоричних висловів на позначення **ворожих літаків і дронів**, – ці конотації зневаги й презирства знаходять особливий відгук в аудиторії. Наприклад, канал «Лачен пише» повідомляє про початок чергової атаки дронів, передаючи при цьому почуття зневаги до ворога:

«Окрім того, з півдня України ***повзе металобрухт*** *у вигляді дронів.*

Можливе поширення тривог за вектором руху» (13.06.2023, https://t.me/lachentyt/30352).

У телеграм-каналі Віталія Кіма, голови Миколаївської ОДА: ***«Группа балалаек*** *(или других воздушных целей) летит. Маршрут пока непонятен»* (30.06.2023, https://t.me/mykolaivskaODA/5479).

Телеграм-канал «Оперативний інформ» пише:

«Станом на зараз загроза атаки Шахедів залишається в Миколаївській області.

Залишилось ***дві іранські бляшанки****, які невдовзі зіб'ють.*

Нові групи Шахедів не фіксується» (07.07.2023, https://t.me/operatyvnii/9919).

Лідери думок влучно виражають те, що в цей момент відчуває спільнота читачів. Наприклад, після точних ракетних ударів Сил оборони України по двох ключових шляхах сполучення окупантів – Чонгарському та Геніческому мостах у Криму, – Ігор Лаченков (канал «Лачен пише») публікує коротке повідомлення:

«Боже, в'їби вже той кримський міст так, щоб залізна дорога ніколи на ньому вже не працювала» (06.08.2023, https://t.me/lachentyt/32832).

Потужний емоційний відгук аудиторії знаходить вираження й у тому, що такі пости мають, як правило, значно більшу кількість лайків, ніж звичайні повідомлення.

Під час повномасштабної зовнішньої агресії в українському суспільстві не просто зросла толерантність до ненормативної та лайливої лексики – щобільше, є суспільна потреба у використанні таких лексичних одиниць у певних ситуаціях. Це пояснюється і важкістю подій, які доводиться разом переживати, і почуттями люті й ненависті до ворога, і акцентуванням відчайдушності українців, готових битися до останнього.

Авторитетні блогери здатні **виражати думки й настрої великої кількості громадян**, своєї аудиторії. Наприклад, після проваленого депутатами Верховної Ради голосування законопроєкту про відновлення електронного декларування блогер Ігор Лаченков висловлює різко негативну оцінку ситуації, і це знаходить відгук в аудиторії:

«Влада зовсім перестає відчувати настрій суспільства і це лякає, що навіть Захід вже відверто каже за корупцію.

Кадровий голод, постійні скандали, намагаються через медіа просувати якусь дурню і кожен тільки думає за те, щоб ще таке сказати, аби це по всім тг каналам розлетілося, інтриги, срачі.

***Мені дуже соромно. В першу чергу – перед військовими**, які підключаться на старлінк після виходів і читають оце все»* (05.09.2023, https://t.me/lachentyt/33962).

Майже через місяць на тому ж каналі «Лачен пише» знову йдеться про основну проблему – корупцію, яка ставить під загрозу надання допомоги Сполучених Штатів:

«В мене немає слів окрім лайки.

***Це найкритичніша проблема зараз**, яка потребує негайного втручання та рішень на кожному рівні.*

США вже пряму інструкцію дій відправили» (02.10.2023, https://t.me/lachentyt/34878);

«ДБР проводить обшуки на Київській ТЕЦ: перевірки пов'язані з розкраданням грошей, виділених на ремонт пошкодженого обстрілами обладнання.

***Це якою паскудою треба бути**»* (27.10.2023, https://t.me/lachentyt/35559).

Пор. також на цьому каналі пост про великий суспільний запит на гідне вшанування пам'яті полеглих:

«Сумно, що досі треба збирати петиції, для надання героїв України посмертно

Особливо пілоти яких дуже мало, Джусу досі не дали..

Я мовчу за інших героїв» (22.10.2023, https://t.me/lachentyt/35447).

Телеграм-канали відомих блогерів відзначаються **особливим емоційним зв'язком із читачами**, їхній контент резонує з почуттями аудиторії. Адміністратори цих каналів влучно й точно виражають емоції та настрої своїх читачів. Тим самим аудиторія постає консолідованою навколо чітких емоційно-ціннісних домінант: люті й ненависті до ворога, а також людяності й душевної підтримки – до співвітчизників, вдячності й захоплення діями української армії.

Наприклад, у телеграм-каналі «Николаевский Ванёк» – два послідовних пости під час ракетної атаки:

*«по предварительным данным **все Калибры** что летели на Одессу **были сбиты***

как они сбивают в таких условиях ракеты и мопеды, я не знаю

*это **не люди***

это даже не машины

*это **Б О Г И***

ППО (два значки потужного м'язу руки)*»* (26.06.2023, 2:35, https://t.me/vanek_nikolaev/15803).

Під час повномасштабного вторгнення РФ більшість російськомовних каналів **перейшли на адміністрування українською мовою** (наприклад, канали «Віталій Кім / Миколаївська ОДА», «Лачен пише» та інші).

Телеграм-канал «Николаевский Ванёк», адміністратор якого служить у Силах оборони, під час повітряних атак і обстрілів проводить безсонні ночі разом зі своєю великою аудиторією (1 471 097 підписників), надаючи важливу оперативну інформацію, підтримуючи своїх читачів, – на українську мову переходить поступово. Це може виявлятися в окремих мовних епізодах:

(1) як вияв поваги, симпатії, підтримки у зверненнях до традиційно українськомовних західних регіонів України:

*«Винничата – пролёт мопедов недалеко от города. если будут бухи бахи – **це хлопці працюють**»* (24.10.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/18612);

«Львовята...

пока ракеты не в вашей области, но летят курсом на вас, по крайней мере некоторые из них

*пожалуйста – **йдіть в укриття та подбайте про свою безпеку***

дякую» (26.07.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/16489);

«угроза по ракетам (значок вказівного пальця) *Тернопольская, Хмельницкая Львовская, Ровенская, Ивано-Франковская, ЗАКАРПАТСКАЯ области*

о т а к о ї» (21.09.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/17902);

(2) для посилення впливу на аудиторію, надання більшої переконливості своїм словам:

«как только будут известны ттх этой херни – оно будет опубликовано

как только горизонт будет чист – тревогу снимут

следите пожалуйста за сигналами тревог и предупреждениями, только не надо ЧИТАТЬ ВСЁ ПОДРЯД

дякую» (22.10.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/18585);

(3) для надання більшої вагомості й урочистості мовленню:

«как только будет акустическая фиксация мопедов – напишу ориентировочное время подлёта

- тактическая авиация на дежурстве в акватории морей.

- Калибры в море есть.

также напоминаю, что лучшее предупреждение об угрозе с воздуха это всегда тревога – никак не телеграм-каналы

Тримаємось! (іконка українського прапора на завершення повідомлення)» (05.09.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/17463);

«но весь Восток по сути завяз в боях, и говорить о «прорывах» либо «отбитиях» пока рано, учитывая что боевой процесс всё ещё идёт

Вірте в ЗСУ!» (31.10.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/18726).

Восени 2023 року «Николаевский Ванёк» використовує не лише окремі українськомовні вислови як яскраві інкрустації мовлення. У телеграм-каналі з'являються пости, цілком написані українською:

«загроза тільки для Львівят

залишилося десь 3–4 мопеди, всі в Львівській області

может бути гучно – бережіть себе!» (03.11.2023, https://t.me/vanek_nikolaev/18826).

Висновки. Популярні українські телеграм-канали проукраїнського, патріотичного спрямування – важлива комунікаційна платформа періоду Великої війни (2022–2023 рр.). Ці канали виконують завдання оперативного інформування про актуальні події та про небезпеки повітряних атак ворога, активно допомагають воїнам і волонтерам у зборах коштів для армії, лаконічно й влучно виражають думки, емоції й настрої суспільства, тим самим сприяючи його згуртованості.

Дискурсивні практики таких телеграм-каналів мають яскраву специфіку: особливий дискурсивний код, побудований на ґрунті спільно пережитого досвіду та спільних знань; особлива тональність спілкування з аудиторією та емоційна підтримка, звернена до читачів; точне, влучне вираження думок і настроїв, почуттів і переживань своєї аудиторії.

Список літератури:

1. Медіаспоживання українців: другий рік повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. *Опора.* 10 липня 2023. URL: https://www.oporaua.org/report/polit_ad/24796-mediaspozhivannia-ukrayintsiv-drugii-rik-povnomasshtabnoyi-viini?fbclid=IwAR3lY-Y2duY_sG8Hoyy9bkUNSlSg9HT_bGZ5tjsvQTMHzZB6B9WkMbCdEec (дата звернення: 26.10.2023).

2. Під час повномасштабної війни в Україні зріс попит на «сильну руку», швидкі та структуровані новини і регулювання медіапростору – опитування. *Опора.* 17 серпня 2022. URL: https://www.oporaua.org/news/viyna/antipropaganda/24256-pid-chas-povnomasshtabnoyi-viini-v-ukrayini-zris-popit-na-silnu-ruku-shvidki-ta-strukturovani-novini-i-reguliuvannia-mediaprostoru-opituvannia?fbclid=IwAR2ARU7pvsMsEi3qWK0JySGtiMS6SAseWLO76MQ893PPR0h78XHkwTP8UF8 (дата звернення: 26.10.2023).

3. Росія обстрілює наземні цілі ракетами С-300 не через безпорадність. Вона використовує їх як зброю терору. *Texty.org.ua.* 20.07.2022. URL: https://texty.org.ua/fragments/107285/rosiya-obstrilyuye-nazemni-cili-raketamy-s-300-ne-cherez-bezporadnist-vona-vykorystovuye-yih-yak-zbroyu-teroru/ (дата звернення: 26.10.2023).

4. Ти як? Всеукраїнська програма ментального здоров'я за ініціативою Олени Зеленської. 2023. URL: https://www.howareu.com (дата звернення: 26.10.2023).

5. Alonso-Martín-Romo L., Oliveros-Mediavilla M., Vaquerizo-Domínguez E. Perception and opinion of the Ukrainian population regarding information manipulation: A field study on disinformation in the Ukrainian war. *Profesional de la información*. 2023. Vol. 32. № 4. DOI: 10.3145/epi.2023.jul.05.

6. Hoskins, A. & Shchelin P. The War Feed: Digital War in Plain Sight. *American Behavioral Scientist.* March 2023. Vol. 67. Is. 3. P. 449–463. DOI: 10.1177/00027642221144848.

7. Kloo I. & Carley K. M. Social Cybersecurity Analysis of the Telegram Information Environment During the 2022 Invasion of Ukraine. *16th International Conference on Social Computing, Behavioral-Cultural Modeling and Prediction and Behavior Representation in Modeling and Simulation, SBP-BRiMS 2023.* Pittsburgh, 20–22 September 2023. Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics). 2023. LNCS. Vol. 14161. P. 23–32. DOI: 10.1007/978-3-031-43129-6_3.

8. Maathuis C. & Kerkhof I. The first two months in the war in Ukrainethrough topic modeling and sentiment analysis. *Regional Science Policy & Practice*. 2023. Vol. 15. Is. 1. P. 56–74. DOI: 10.1111/rsp3.12632.

9. Maathuis C. & Kerkhof I. First Six Months of War from Ukrainian Topic and Sentiment Analysis. *Proceedings of the 10th European Conference on Social Media, ECSM 2023*. Krakow,18–19 May 2023. P. 163–173.

Semenets O. O. DISCURSIVE PRACTICES OF PRO-UKRAINIAN TELEGRAM CHANNELS DURING THE GREAT WAR (2022–2023)

The article analyzes the peculiarities of the discursive practices of pro-Ukrainian, patriotic Telegram channels during the period of the Russian Federation's full-scale armed aggression against Ukraine (2022–2023). From the standpoint of Critical Discourse Analysis, the author examines the distinctive features and trends in the development of discursive practices of presenting information in such Telegram channels.

In particular, the role of a special discursive code based on the shared war experience and common knowledge is analyzed. Such discursive practices are characterized by a strong contextual and situational determination of the statement, the necessary «initiation» of the reader, a certain «secrecy» and incomprehensibility for an outsider. The most concise way of transmitting information is caused by the situation of air raid alert and the common knowledge base of the readers. The discursive practices of Telegram channels show a significant increase in the level of awareness of Ukrainian society in military affairs.

Pro-Ukrainian, patriotic Telegram channels are characterized by a special tone of communication with the audience, emotional connection with readers, and a desire to provide emotional support to their audience. Ukrainian bloggers and opinion leaders who administer these channels can clearly and concisely express thoughts and moods, feelings, and experiences of their audience, thus supporting the cohesion of Ukrainian society.

Key words: *Russia's war against Ukraine, Telegram, discursive practices, Critical Discourse Analysis, discursive code, discursive system, secrecy, shared experience, knowledge base, emotional tone, consolidation of society.*

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 821 – 7 (100): 070 (477)
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/36

Загороднюк В. С.
Херсонський державний університет

ЗАРУБІЖНИЙ ГУМОРИСТИЧНО-САТИРИЧНИЙ НАРАТИВ У ЖУРНАЛІ «ПЕРЕЦЬ. ВЕСЕЛА РЕСПУБЛІКА»: ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНИЙ ВИМІР, *2018–2021* РР.

Стаття присвячена дослідженню зарубіжного гумористично-сатиричного наративу в українському виданні «Перець. Весела республіка. Гумор і сатира завжди були і є частиною сміхової культури, присутність якої в інформаційному часі й просторі є доконаним фактом. Серед великої кількості підтверджень цьому є український журнал «Перець. Весела республіка». Його змістова наповненість і жанрово, і тематично повністю відповідає даній тезі. Подача у ньому гумористично – сатиричних творів зарубіжних авторів, аналогічних скарбів усної народної творчості – увиразнює видання, що дає змогу українським читачам знайомитися з іншими прикладами гумору і сатири. Вони реалізовуються у рубриках часопису: «Скарби народів світу», «Перчанський бібліофіл», «СміхоВІКІПЕДІЯ». Твори цих рубрик різнотематичні та різножанрові. У статті визначено та розкрито їхню жанрово-тематичну приналежність.

У цьому дослідженні це доводиться, а саме безпосередньо при аналізі творів угорського автора Д'єрдь Мікеша, болгарських гумористів – Йордана Попова, Ганно Краєва, Петра Незнакомова, сербського гумориста Горана Каяїча, також італійськими, французькими, німецькими творами усної народної творчості, карикатурними матеріалами.

У статті розглянуто гумористично-сатиричні аспекти творів зарубіжних письменників, що надруковані у журналах. У цьому контексті виділяємо деякі твори класиків світової літератури: Вільяма Шекспіра, Готхольда Ефраїма Лессінга, Роберта Бернза, Леконт де Ліля, що предсавлені у часописі і мають гумористично – сатиричне і саркастичне забарвлення. Це супроводжується бібліофільською інформацією, яка сприяє кращому розумінню надрукованих творів.

Ключові слова*: гумор, сатира, сміх, карикатура, журнал, жанр, публіцистика.*

Постановка проблеми. Журнал «Перець. Весела республіка» у сучасному інформаційному просторі продовжує розвивати свою гумористично-сатиричну концепцію, вносячи у неї нові жанрово-тематичні реалії, зокрема, і зарубіжний наратив, що презентується різножанровими і різнотематичними творами – авторськими і усної народної творчості. Цим самим часопис розширює рамки сміхової культури у національному просторі, імплементуючи у нього зразки зарубіжних гумору і сатири. Така динаміка дозволяє осмислювати та аналізувати цей процес, його тематичне розширення і жанрову дифузійність, що і становить актуальність цієї статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Опрацювавши і проаналізувавши різні джерела з обраної нами теми, можемо констатувати, що вона привертала і привертає увагу багатьох дослідників. Тому гумор і сатира, їхні різні модифікації є об'єктом і предметом зацікавлень і сучасних науковців. У працях А. Капелюшного, А. Щербини, А. Рюкової, Н. Зикун, О. Короткова, О. Мартинюк, А. Шаргородської порушуються і висвітлюються особливості гумористично-сатиричного процесу, його теоретичні пояснення, робиться історичний екскурс та констатація цієї динаміки у сьогоденні. А. Капелюшний подає ретроспективу часопису «Червоний перець», що тепер має назву «Перець. Весела республіка». А. Щербина досліджує жанротворчі аспекти гумору і сатири. А. Рюкова – сміхові мотиви у творчості англійських письменників. Н. Зикун акцентує увагу на жанрово-тематичній та карикатурній еволюції гумористично – сатиричних творів. А. Шаргородська детально досліджує жанр фейлетону. Н. Сидоренко відкриває тему «сміхотерапії» в екстремальних умовах. О. Філі-

пова у своїх дослідженнях дає приклади молодіжних рукописних видань, що були попередниками друкованих: «Нові суспільно-політичні ідеї, літературні експерименти, прагнення змін – усе те, що так властиве молоді усіх часів, – були згенеровані на сторінках перших студентських видань, зокрема сатирично-гумористичних» [17]. Уже цей стислий аналіз дає можливість бачити в загальних рисах розвиток гумористично- сатиричної компоненти в сучасному інформаційному просторі.

Постановка завдання. Жанрово-тематична динаміка зарубіжних творів гумору і сатири, її особливості, є метою нашого дослідження. У журналі вони представлені в перекладі українською мовою, що підтверджує відкритість видання до розширення своїх творчих можливостей і потенціал до розвитку, що потенційно сприяє збільшенню чисельності читацької аудиторії. Відповідно розширюється і дослідницький діапазон, аналізуючи твори різних авторів зарубіжжя, показуємо їхні жанрові приналежності, тематичні наповнення. Адже в кожного народу є свої, притаманні тільки йому сміхові нюанси, це впливає і на твори усної народної творчості, й авторські. Тому нашим завданням стає показати цю специфіку, зробити розкодування цих творів для українських читачів. Дослідницький погляд на цю проблему дає додаткові позитиви для глибшого розуміння надрукованих творів в часописі «Перець. Весела республіка», їх сприйняття і прочитання сучасним українським реципієнтом в динамічних умовах медійного розвитку.

Виклад основного матеріалу. В українській журналістиці часопис «Перець» присутній з 1922 р. Його шлях до читача позначався різними складнощами, переривами виходу, репресіями членів редколегії. Та попри всі негаразди це видання було і є показником стану і динаміки гумористично – сатиричних жанрів, їх дифузії в теперішніх реаліях. Дослідники поки не мають однієї переконливої теорії сміху, що могла б пояснити його природу і наявність в тих чи інших людей, народностей, націй в найрізноманітніших життєвих ситуаціях. Осмислюючи цей феномен, А. Щербина наводить такий приклад: «Цікавий і відрадний факт: міжнародне видання – журнал «Курьер ЮНЕСКО» – присвятив у 1976 році цілий номер (травневий) сміху, гумору – «Світ гумору» [19, с. 15]. Цим підтверджується, що сміх і гумор є своєрідним показником і частиною людського життя. В одній із приватних книгозбірень українського гумору, сатири й карикатури станом на 1 квітня 2020 року зібрано 1157 найменувань книг, 66 газет і журналів цієї тематики [11]. Що є також показником сміхового надбання. Тобто, смішне, гумористичне, сатиричне притаманне людській цивілізації. І воно виявляє себе у найрізноманітніших жанрових і тематичних формах.

Ось один із виявів того, що гумористичне притаманне нашому народові. Коли в Україні був реалізований проєкт видання гумористичних творів зарубіжних авторів, то це означає, що почуття гумору у нас є, більше того, воно має потенціал до знайомств з його світовими зразками. Підтверджуємо це наступним: «Зарубіжна сатира і гумор» – книжкова серія, яка випускалась видавництвом «Дніпро» в Українській РСР впродовж 1969–1986. Це була перша в Україні спроба систематизованого видання найкращих зразків світової сатири та гумору. Серія охоплювала твори авторів різних історичних епох: від доби Відродження (Себастіан Брант) до сучасності (Курт Воннеґут). На рік припинення випуску серії (1986) було видано 21 книгу» [2]. І цей проєкт не був завершеним, адже зарубіжний гумористично – сатиричний обсяг ще має великі надбання і для потенційних читачів, і дослідників.

Переконливим гумористично-сатиричним фактом в історії української журналістики є видання часопису «Перець». «У період своєї популярності наклад «Перцю» сягав понад 3 млн. прим» [2]. Такий тираж підтверджує високий рівень зацікавленості читачами цим виданням, розуміння ними сміхової культури, гумористичної та сатиричної.

«Перець» з січня 2018 р. виходить під новою назвою «Перець. Весела республіка» і є індикатором, що реагує на всі сфери життя саме притаманними йому способами і методами. Текстовий та ілюстративний матеріали створюють публіцистично-мистецьку єдність. У своєму дослідженні, що висвітлює історію цього питання, А. Капелюшний констатував: «Карикатури великого формату в «Червоному перці» вміщувалися також на двох внутрішніх сторінках» [8, с. 20]. Теперішній «Перець. Весела республіка» продовжуючи цю традицію, вносить корективи, композиційне розміщення карикатур, їх кількість збільшується і за рахунок зарубіжних, що є творчою динамікою.

Узбецький карикатурист Махмуд Ешонкулов у виданні № 11 2018 р. на 8 сторінці подає свої дотепні твори транспортної тематики, акцентуючи увагу на епізодах з повітряного і автомобільного транспортів.

У № 1 2020 р. на 2 сторінці подається карикатура з нідерландського видання «Carloon Movement», тематика якої, бачення особи самої

себе у дзеркалі, що збільшує розміри відображуваного. Такий гіперболічний прийом дозволяє в карикатурній формі відобразити потенційні амбітні плани особи, а глядач побачить у ній, як бажане сприймається за дійсне.

Карикатурне зображення у № 6 2020 р. на 8 сторінці супроводжується текстом, що посилює його розуміння: «Шведський ритейлер ІКЕА продає стільці з буків, отриманих шляхом незаконних рубок у Карпатах. Про це йдеться в розслідуванні британської неурядової організації Earthsight». А з карикатури бачиться, що «перспектива» є і для: «Йой! А якіж там гарні корабельні сосни ростуть», що подано у часописі № 6 2020 р. на 8 сторінці.

А зовнішню політику росії передано карикатурою у журналі № 7 2020 р. на сторінці 9. З її візуалізації дізнаємося, що ця держава претендує на безмежне розширення своїх кордонів, включаючи сюди і космічний простір.

Подані приклади підтверджують тезу, що зарубіжні карикатури стали цікавими доповненнями журналу, надають йому різноманітнішої візуальної тематики, що приваблює глядачів – читачів. Вони не є ескапізмами, а навпаки, порушують важливі реалії сучасного життя, стають самостійними жанровими утвореннями поруч із текстовим матеріалом. Та доцільно зазначити, що карикатура виконує і допоміжну візуально-пояснювальну функцію для тексту. Н. Зикун у своєму дослідженні констатує: «Карикатуру розглянуто як вторинний зображальний текст, як рефлексію на вже відому читачам інформацію, на повідомлення, яке, однак, не вичерпало себе, тому потребує повторного звернення до теми» [6, с. 19]. Ця теза прийнятна для пояснення багатьох карикатур як самостійних жанрів у журналі «Перець. Весела республіка», в іншому випадку їхній зв'язок з текстом, коли створюється своєрідний диптих – сплюсування вербального і візуального.

З 2020 р. «Перець» виходить тільки в електронній версії. Така медіареальність сучасного інформаційного простору. У цьому процесі часопис залишається концептуально вірним традиціям, і по-новаторськи налаштований подальшому розвитку гумору, сатири, сміхової культури. На його сторінках, окрім українських, друкують свої твори й зарубіжні автори, що робить видання більш читабельним. Реципієнти знайомляться з іноземними гумористично – сатиричними творами, таким чином розширюється діапазон цієї сфери творчості.

Із номера в номер часопис підтверджує своїм змістовим та ілюстративним наповненням своє гасло «Хай щирий сміх єднає всіх!». У його рубриках «Гумор народів світу», «Перчанський бібліофіл», «СміхоВІКІПЕДІЯ» друкуються різнотематичні та різножанрові матеріали. У них представлені твори англійських, болгарських, італійських, німецьких, іспанських, угорських, французьких, сербських, узбецьких… авторів, а також усно-народної творчості.

Вже узагальнена назва «Усмішки під Ейфелевою вежею» засвідчує приналежність її творів до жанру «усмішок» [16, с. 19]. Одна з них, логічно у реципієнта викликатиме асоціацію з висотою тієї ж самої Ейфелевої вежі, ілюстрація якої розміщена поруч з цією усмішкою, тому зримішою робить візуалізацію її змісту : «З неба падає на землю парашутист, у якого не розкрився парашут. Назустріч знизу вгору проноситься якийсь чоловік. – Даруйте, мсьє, – встигає гукнути парашутист, – я так потраплю на аеродром? – Не знаю, сам я з порохового складу…» [16, с. 19]. Трикрапка у ній передає не незакінченість думки, а швидше її фінал. Аналогічний приклад наявний в усмішці «Прикмета»: « – Твоя сестра дома? – Напевне. Телефон іще гарячий…» з добірки «Під веселим італійським сонцем» [13, с. 16]. Тільки тут трикрапка виконує ще й додаткову функцію – ймовірне продовження дії, адже «веселе італійське сонце» і «гарячий телефон», за логічним прогнозуванням, можуть спонукати до цього.

Аналіз гумористичного твору, що за обсягом реалізовується навіть в кількох коротких реченнях, дає підстави стверджувати, що в час інтенсивної інформаційної завантаженості сучасного читача, саме стислий твір має більше шансів бути ним сприйнятим. Ці шанси збільшуються, якщо підкріплються візуальним компонентом, що і наявне в часописі «Перець. Весела республіка». Це наявне і в жанрі діалогу, що представлений в добірці «Діалоги по-європейськи» [4, с. 19]. Їх об'єднує дотепність і сміхова тональність, точність і стислість вираження думки, здебільшого в побутовій тематиці: – Моя дружина твердить, що для здоров'я дуже корисно їсти сирі овочі. – Так, моя також не любить варити… [4, с. 19]. «Молоде подружжя повернулося з одноденного туристського походу: – Кохана, в тебе ніжки не болять? – Ні, любий. – Так збігай мені за пивом…» [4, с. 19].

Твори фейлетонної концепції «Зверни увагу» Д'єрдь Мікеша [10, с. 17], «Новорічний фазан» Петра Незнакомова [11, с. 14], «Ну вже цей вітер…» Ганно Краєва [9, с. 15], «Кар'єра одного царя» Йордана Попова [14, с.18] дають реципієнтові розкриття морально-етичної тематики, коли

персонажі у різних побутових реаліях тримають іспит на людяність і часто не витримують його.

З алегоричним забарвленням твір Горана Каяїча «Майбутнє» перепроектовує увагу читачів з життя свійських тварин у людське життя. Тільки ось втрачається сенс такого людського життя, коли тільки: «Живи без злоби, тільки їж, набирай ваги, будь зговірливим» [7, с. 17]. Це та реалія, коли фізична сила, а образ бика, биків асоціюється з нею, майже нівелюється, адже вони не можуть захистити ні себе, ні своє стадо. І це пояснюється тим, що їхня ретроспектива зводилася у випадках загрози тільки до настороженості, агресивної пози, бажанням атакувати, але вони не були реалізовані. Тому кульмінація і розв'язка в наступному: «А час од часу виводять деяких биків, корів і телят і забивають» [7, с. 17].

Революційне і як висновок еволюційне відтворено у гуморесці Макса Гюнтера «Як робиться революція». У цьому творі попри заявлену революцію у його назві, немає насильства і кровопролиття, що характерне для революцій. Сюжет розвивається на побутовому рівні, а саме у перебудові інтер'єру кімнати, у перестановці меблів. Тож персонажами виступають стіл, шафа, ліжко і оповідач, який прагнув життєвих змін і вирішив їх розпочати з перестановки меблів, і спати у шафі. Це рішення в нього визріло на основі роздумів: «Якщо в діючих рамках не вдасться здійснити перетворення, то, як вчить нас революційна теорія, треба зруйнувати ці рамки» [3, с. 18]. Дальше ця думка стає більш радикальною: «Коли нонконформізм не може допомогти, а авангардизм не спрацьовує, тоді треба здійснити революцію» [3, с. 18]. «Революція» здійснилася та спання у шафі не принесло задоволення , а біль у ногах. Тому відмова від революційної ідеї була логічною і залишилася лише у спогадах.

Комічно-гумористичні образи дотичні до негативних життєвих реалій розкриваються багатством художніх зображально-виражальних засобів. У гуморесці «Зверни увагу!» угорського автора Д. Мікеша порівнянням передається психологічний стан персонажа твору: «… Герой метався , як поранений лев..» [10, с. 17], «… Упав на підлогу і заплакав, заплакав гірко, як дитина…» [10, с. 17]. Це з кадрів кінострічки «Тіні в капелюхах», що імплементована у цю гумореску, яку дивляться обиватели. Та вони не переймаються цим, їхню увагу привертає насамперед оселя героя, її площа, кількість кімнат, кондиціонер, килим, шпалери…: « – Помітила? Шафи вмонтовані у стіни?..» [10, с. 17]. При цьому цей перегляд вголос коментується, порівнюється коментаторами-глядачами, (подружньою парою), із власним житлом, одягом. Це дратує інших глядачів при перегляді кінострічки. Тобто, висміюється культура її перегляду. І що важливо, «коментатори-глядачі» не роблять належних висновків: « – Жаль, що кінець… Могли б ще показати кухню…» [10, с. 17]. Не робить їх і автор, таким чином вмотивовуючи читачів самим це зробити. І якщо за жанровими ознаками «Зверни увагу!» є гумореской, то ймовірні читацькі висновки можуть бути вже не гумористичними, а сатиричними. Для цього підводить зміст твору Д. Мікеша.

У «Новорічному фазані» П. Незнакомова новорічна пригода звичайного громадянина набирає особливого забарвлення згадкою про короля, який любив полювання і смакувати м'ясом фазана: «Король простягнув руку, всю у діамантах, взяв фазана і звичним рухом розірвав його. Пахощі наповнили всю кімнату, мебльовану в стилі Луї XV» [11, с. 14]. Одоративний образ у цьому фейлетоні відіграє ключову роль. Адже запах протухлого м'яса підводить до розв'язки твору. Долаючи різні бюрократичні перешкоди, персонаж «Новорічного фазана» нарешті має посилку із впольованим фазаном. Але яка її якість? «Правда, він смердить дуже сильно і тому висить у мене на балконі. Викинув би я його вже давно, та старі люди сказали, що фазан найкращий тоді, коли наполовину розклався. Саме таким їли його і королі, і герцоги» [11, с. 14]. Ця грубувато-натуралістична деталь навіть не притаманна жанру фейлетона, але саме вона у такий спосіб фокусує увагу читача на проблемі роботи поштових відділень, особливо у передсвяткові дні.

А в безадресному фейлетоні «Ну вже цей вітер…» Г. Краєв прийомом песоніфікації висміює надмірне вживання алкогольних напоїв. І персонаж-п'яничка звинувачує у цьому вітер, що додає до публіцистичного образу виправдання перед дружиною [9]. Тема відносин між п'яним чоловіком і жінкою стала мандрівною і зустрічається в численних гумористично-сатиричних творах різних народів.

Персонажеві Сокачову з «Кар'єри одного царя» Й. Попова приходиться метаморфозуватися з голови районної споживчої кооперації у царя. Тут його і постава, і манера поведінки, і лексика змінюються. Та життєві перипетії вносять свої корективи і Сокачову пропонують вже роль не царя, а виночерпія. Зрештою, для своїх онуків він демонструє ляльковий театр. Автор дошкульно висміює його, але доброзичливість, що реалізу-

ється в онуках врівноважує кар'єру персонажа. Таким чином жанрово-тематична концепція твору гармонізується і відповідає тим публіцистичним вимогам до творів такого типу [14].

У рубриці «Перчанський бібліофіл», коли йдеться про Вільяма Шекспіра, то наводяться цікаві деталі з його біографії, адресується увага до авторської сатири, що наявна в деяких його сонетах. Ось фрагмент у перекладі Дмитра Павличка: Я кличу смерть – дивитися набридло / На жебри і приниження чеснот, / На безтурботне і вельможне бидло, / На правоту, що їй затисли рот [18, с. 13]. Це художнє узагальнення – гостросатиричне і спрямовується на викриття тодішнього негативу та не втратило актуальності і в наш час.

Жанром епіграми представлений у «Перчанському бібліофілі» Роберт Бернз. Одна з них у перекладі Миколи Капусти образотворить ось такого освітянина: НАПИС НА МОГИЛІ ШКІЛЬНОГО ПЕДАНТА / Сьогодні в пекло взятий той, / Хто за життя дітей учив, / Він зможе там із чортенят / Виховувать чортів [1, с. 17]. З динамічного життя цього автора наводиться і такий факт: «Його стосунки з жінками – то тема цікава. Про це можна почитати в інших джерелах, додамо лише, що завдяки своїм 12 дітям на 2012 рік вже було понад 600 нащадків поета» [1, с. 17]. Подача у добірці творчого і біографічного надає їй більшої читабельності, активізує зацікавленість реципієнтів.

Вже з наведених прикладів можна підсумовувати, що зарубіжний гумор представлений на сторінках журналу «Перець. Весела республіка». Його жанрово – тематичний вимір характеризується і різножанровістю, і різнотематичністю, є актуальний, є частиною сучасного динамічного гумористично – інформаційного процесу.

Список літератури:

1. Бернз Роберт Епіграми. *Перець. Весела республіка*, № 10 жовтень 2019 р. 20 с.
2. Гумористично-сатирична періодика. URL: https:esu.com.ua/article-24713
3. Гюнтер Макс Як робиться революція. *Перець. Весела республіка*. № 1 2018 р. 20 с.
4. Діалоги по-європейськи. *Перець. Весела республіка*. № 5 травень 2019 р. 20 с.
5. Зарубіжна сатира і гумор. URL: google.com/search?q=Зарубіжна+сатира+і+гумор+%28книжкова+серія%29&sxsrf=AJOqlzXhzjTxff83FRQy8K9w62kLiGknEg%3A1677998503716&source=hp&ei=pzkEZLf5Kf6Ixc8P8
6. Зикун Наталія Сатирична Публіцистика Наддніпрянщини в інформаційному просторі України: становлення, розвиток, жанрово-тематичні форми. 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій. м. Запоріжжя, 2016. – 36 с.
7. Каяїч Горан Майбутнє. *Перець. Весела республіка.* № 10 жовтень 2018 р. 18 с.
8. Капелюшний Анатолій Олексійович. Сатиричний журнал «Червоний перець» / А. О. Капелюшний. – Львів : Вища школа : Вид-во при Львів. ун-ті, 1986. – 143 с.
9. Краєв Ганно Ну вже цей вітер… *Перець. Весела республіка*. № 11 листопад 2019 р. 16 с.
10. Мікеш Д'єрдь Зверни увагу! *Перець. Весела республіка.* № 6 червень 2019 р. 18 с.
11. Незнакомов Петро Новорічний фазан. *Перець. Весела республіка*. № 12 грудень 2019 р. 16 с.
12. Письменницький портал Пилипа Юрика та Міжнародного фонду ім. Павла Глазового. Каталог книжок музею гумору. Книгозбірня українського гумору, сатири й карикатури Миколи Савчука. URL: https://pilipyurik.com/maistry-humoru/880-kataloh-knyzhok-muzeyu-humoru
13. Під веселим італійським сонцем. *Перець. Весела республіка*. № 8 серпень 2019 р. 18 с.
14. Попов Йордан Кар'єра одного царя. *Перець. Весела республіка*. № 10 жовтень 2019 р. 20 с.
15. Сидоренко Н. Публіцистична «сміхотерапія» на сторінках українських таборових видань. *Журналістика*. К., 2002. Вип. 1. С. 110–124.
16. Усмішки під Ейфелевою вежею. *Перець. Весела республіка*. № 7 липень 2019 р. 19 с.
17. Філіпова Ольга Еволюція молодіжних рукописних сатирично-гумористичних видань Галичини другої половини XIX – початку XX ст. URL: https://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Zb/NDI2014/JRN/PDF/4.pdf
18. Шекспір Вільям. *Перець. Весела республіка*. № 8 серпень 2019 р. 18 с.
19. Щербина А. О. Жанри сатири і гумору. К. 1977 р. 136 с.

Zagorodnik V. S. FOREIGN HUMOROUS SATIRICAL NARRATIVE IN THE "PEPPER. MERRY REPUBLIC" MAGAZINE: GENRE-THEMATIC DIMENSION, 2018–2021 YY.

The article is a research of foreign satire humour in Peretze. Joyful Republic. Humour and satire have always been and continue to be a part of the culture of laughter, the presence of which in the information time and space is a fact. Among the large number of confirmations of this is the Ukrainian magazine "Pepper. Merry Republic". Its content, both in terms of genre and theme, fully corresponds to this thesis. The

presentation of humorous and satirical works by foreign authors, similar treasures of oral folklore – enhances the publication, enabling Ukrainian readers to explore various instances of humour and satire. These are implemented in the magazine sections: "Treasures of the World's Peoples", "Perchansky Bibliophile", (Pepper Bibliophile) and "Smikhovikipedia" (Laughopedia) The works in these sections are diverse in themes and genres. In the article is found and disclosed it`s genre and thematic belonging. In this research, this is demonstrated through direct analysis of works by the Hungarian author György Mikes, Bulgarian humorists such as Jordan Popov, Anna Kraeva, and Peter Neznaikov, the Serbian humorist Goran Kajic, as well as oral folklore from Italian, French, and German sources.

The article telss of humour – satire aspects in foreign writers narratives. In this context, we highlight some works by world literary classics: William Shakespeare, Gotthold Ephraim Lessing, Robert Burns, Leconte de Lisle, which are presented in the journal and possess a humorous, satirical, and sarcastic coloring. This is accompanied by bibliophile information that will help to better understand the printed works.

Key words: *humor, satire, laughter, caricature, magazine, henre, journalism.*

UDC 021.61(100):070:654.195:78
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/37

Synieokyi O. V.
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

Sizova K. L.
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

Khmil-Chupryna V. V.
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

Synieokyi A. O.
Zaporizhzhia National University

MEDIA INTERPRETATION AND THE DIGITAL REIMAGINING OF MUSIC BROADCASTING (TO EXPLORE JOHN PEEL'S JOURNALISTIC EXPERIENCE AT BBC RADIO 1)

The article delves into the multifaceted world of music radio, focusing on the documentary reevaluation of John Peel's legacy in the context of contemporary digital communications. This research provides an in-depth analysis of recent studies and publications related to music radio. Special attention is given to the evolution of the 'Classic Rock Journalism' phenomenon, with a specific focus on the British experience. While existing research has laid a foundation, this article addresses previously uncharted territories. The article centers on the reinterpretation of John Peel's influential career in music radio. Peel's legacy offers a unique vantage point for understanding the evolving role of digital communication in shaping the narrative of Rock music. The literature review highlights the foundational contributions of scholars like McLeod, Lentz, Frith, Hesmondhalgh, Jenkins, Kassabian and others in shaping the discourse on media communication and cultural significance. The literature review underscores the need for a focused exploration of John Peel's legacy within the context of contemporary digital communication. This section provides a detailed analysis of existing literature, emphasizing the unresolved aspects within the context of John Peel's legacy and contemporary digital communication. The research is methodologically grounded in a multifaceted approach, combining content analysis of Peel's archival broadcasts, interviews and critical reviews. Additionally, a comparative analysis of Peel's era with contemporary digital communication platforms will be conducted to contextualize the findings. Thorough analysis supported by empirical evidence and literature.The article provides an overview of the reissues of rare broadcast recordings from the 1960s and 1970s. It is emphasized that the magazine, under Barton's leadership, became an important platform for the glorification of classic rock music and from time to time addressed the influence of radio programs on the development of the genre. The findings illuminate the enduring relevance of John Peel's approach to music radio. His ability to curate diverse content and connect with audiences foreshadowed the interactive nature of modern digital platforms. By examining the applied meanings embedded in Peel's journalistic work on BBC Radio 1, we seek to bridge the gap between traditional broadcasting and contemporary digital communication platforms. This reinterpretation underscores the intrinsic value of applied meanings in music radio, providing insights for contemporary broadcasters and media practitioners. This abstract provides a comprehensive overview of the proposed article, outlining its key components and research objectives.

Key words: *archival phonograms, BBC Radio 1, broadcast recordings, 'Classic Rock' magazine, DJ, digital communications, John Peel, media interpretation, music broadcasting, reissues, sound recording sessions.*

'Sound recording is not what I hear. This is what I give others to hear'
George Martin, Great Sound Engineer

Problem setting. Nothing is by chance. Without the ether there would be not only Rock and Roll, but also the Universe. Is it possible to get closer to the solution to the ether – a state of matter with unex-

plored properties? All space, the cosmic vacuum, is filled with ether, and this substance is a conductor for all types of waves. Perhaps music is a source of energy, and ethereal rock, participating in the energy balance of the Universe, connects different areas of space-time? And this is where sacred symbols appear. Radio appeared long before the term 'ether' as a particleless form of matter underlying the structure of the world came out of scientific use. For two thousand years it was believed that the Universe was filled with ether – a certain subtlest substance. Maxwell, Einstein, McLuhan had a hand in destroying this esoteric hypothesis... But the disc jockey turned out to be the 'King of the Entertainment World', becoming an integral part of cultural life. The music chosen for the radio and the unmistakably planned on-air playlist shaped the tastes of the public much more effectively than any other instruments of influence.

Classic Rock Journalism stands as a testament to the enduring influence of a musical era that shaped generations. Emerging in tandem with the rise of classic rock in the late 1960s, this genre of music journalism has evolved into a multidimensional platform, encompassing print, radio, and digital media. At its core, it is an exploration, a celebration, and an interpretation of the epoch-defining sounds and artists of the late 20th century.

Classic Rock Journalism refers to a genre of music journalism that primarily focuses on the rock music of the late 1960s through the 1980s, characterized by its enduring popularity and influence. It encompasses written, audio, and visual content produced by journalists, critics, and broadcasters, and often includes features, reviews, interviews, and analysis related to classic rock artists, albums, concerts, and cultural impact. Central to the narrative of Classic Rock Journalism is the transformative role played by radio DJs, none more emblematic than the legendary John Peel. Peel's impact extended beyond the bounds of conventional broadcasting. His distinctive approach revolutionized how classic rock was not only heard but also understood. Peel's legacy, intertwined with the evolution of rock music itself, continues to reverberate through contemporary media, offering invaluable insights into the enduring power of music interpretation.

The convergence of media, music, and digital communication has significantly reshaped the landscape of music radio. This article delves into the multifaceted world of music radio, focusing on the documentary reevaluation of John Peel's legacy in the context of contemporary digital communications. The evolution of music radio has been marked by distinct shifts in communication paradigms. By exploring this intersection, we aim to unravel the applied meanings within music radio and shed light on its evolving role in modern media.

Analysis of recent research and publications. Notable scholars in this domain include Douglas M. McLeod and Becky Lentz, whose seminal work 'Regulating the Airwaves: A Case Study of the Telecommunications Act of 1996' delves into the regulatory framework governing radio communication. This study delves into the regulatory framework governing radio communication, providing foundational insights into the dynamics shaping the medium [1]. While their focus primarily centers on policy implications, their insights provide a foundational understanding of the broader dynamics shaping the medium. John Peel's program found mention in discussions about influential platforms for emerging artists. Therefore the influential British rock journalists, including Nick Kent, Charles Shaar Murray, Julie Burchill, Jon Savage, and Paul Morley, made significant contributions to the discourse on rock music and its cultural impact. Julie Burchill, a prolific writer and critic, contributed significantly to 'The Face' magazine. While primarily known for her broader cultural commentary, Burchill occasionally addressed the significance of radio programs in shaping musical tastes. Her reflections on John Peel's role in championing alternative and underground music provide valuable insights. In NME, 'Melody Maker', and 'The Face' occasionally addressed the transformative role of radio programs, with John Peel's program standing out as a focal point of discussion. Mick Wall – music journalist and author of several biographies of rock stars, Stephen Dalton– music critic and author of books and articles about rock music, Jon Wilde – author and journalist who has contributed to various music publications, Stevie Young – author and music critic, Malcolm Dome – well-known music critic and author, specializing in books about hard rock and metal. About him should be said in more detail. Malcolm Dome has been a prominent figure in rock journalism, contributing significantly to the coverage of hard rock and metal music. He is known for his insightful reviews and in-depth analyses of various bands and albums in the genre. Mick Wall, a prominent figure in British rock journalism, contributed significantly to the discourse around rock music during the 1970s. Jeff Barton helped shape its identity Classic Rock magazine and establish it as a leading authority on rock music. These authors have made substantial contributions to the popularization of rock music through 'Classic Rock' magazine and other music publications. They have written articles, reviews, and interviews about many legendary musi-

cians and bands. These contributions collectively contributed to the magazine's status as a key platform for exploring the legacy of rock music.

The evolving landscape of media communication finds comprehensive treatment in Henry Jenkins' 'Convergence Culture: Where Old and New Media Collide' [2]. Jenkins' examination of the convergence phenomenon illuminates the transformative impact of digital platforms on traditional media. While not specific to music radio, his insights into the shifting dynamics of media consumption offer a pertinent backdrop for this study.

Recent scholarship has addressed the changing dynamics of media consumption in the digital era. The participatory nature of digital platforms, characterized by user-generated content and interactive interfaces, presents a departure from the conventional broadcast model. Understanding how Peel's legacy aligns with these shifts constitutes a promising area for exploration. While the British experience, epitomized by figures like John Peel, serves as a focal point, a broader international perspective is warranted. Comparative analyses with radio personalities from different cultural contexts can offer a holistic view of the evolving role of music on air in the digital age. To gain a global perspective on music radio communication, Anahid Kassabian's 'Hearing Film: Tracking Identifications in Contemporary Hollywood Film Music' provides a valuable framework [3]. Kassabian's exploration of music's role in film extends to broader discussions of auditory culture, which can be applied to understanding the broader implications of music radio in contemporary digital contexts. Despite the existing body of research, certain facets remain inadequately addressed. These include a comprehensive examination of the influence of 'Classic Rock Journalism' on contemporary digital platforms, the nuanced application of Peel's methods in the current media milieu, and the potential implications for future music radio communication. While these scholars have made significant contributions to the understanding of media communication and cultural significance, there remains a gap in the literature concerning the specific reevaluation of John Peel's legacy within the digital age. This study aims to address this lacuna by focusing on the documentary reinterpretation of Peel's contributions in the context of contemporary digital communication [4].

Among the works about music radio are the studies of O. Goyan, M. Price, A. Richter, O. Mazur and some others. As for the consideration of the role of music in radio broadcasting, this topic is covered, as a rule, in the applied illustrative aspect. It should be emphasized that there are practically no domestic studies devoted to the study of the aspect of this problem that we have highlighted.

Formulation of the goals of the article. It should be noted that journalistic analysis is closely related to interpretation. This publication, based on the analysis of journalistic investigation by John Peel, traces the developments in digital implementation and the widespread destruction of the archives of music programs on BBC Radio 1 1960-1970s.

Research Objectives: 1) To analyze John Peel's contribution to music radio and its contemporary relevance; 2) To explore the documentary potential of Peel's legacy through the lens of digital communication; 3) To decipher the applied meanings in music radio and their resonance in today's media landscape.

This study endeavors to carve a distinct niche by focusing on the unique intersection of John Peel's legacy and contemporary digital communication. By delving into the uncharted territory at the intersection of traditional broadcasting and modern media platforms, this study aspires to contribute to a more comprehensive understanding of the evolving landscape of music radio communication.

Presenting main material. Classic Rock Journalism emerged in the late 1960s alongside the rise of the classic rock genre itself. As rock music gained cultural prominence, the demand for in-depth coverage and analysis grew. Print publications like Rolling Stone, Creem, and NME played pivotal roles in shaping classic rock journalism, providing a platform for critics like Lester Bangs and Greil Marcus.

However, it was the advent of radio that truly revolutionized the way classic rock was interpreted and presented to audiences. Radio DJs became tastemakers, influencing what music gained popularity. John Peel, a pioneering figure in this movement, significantly influenced the course of classic rock journalism through his eclectic radio program on BBC Radio 1.

Classic Rock Journalism, a phenomenon rooted in British music culture, played a pivotal role in shaping the perception of music and artists. While existing research has dissected various aspects, there remains an unexplored territory at the nexus of traditional broadcasting and digital platforms. Peel's influence, spanning decades, offers a unique lens through which to examine this evolution. Peel's legacy offers a unique vantage point for understanding the evolving role of digital communication in shaping the narrative of music. By examining the applied meanings embedded in John Peel's work on BBC Radio 1, we seek to bridge the gap between traditional broadcasting and contemporary digital communication platforms.

The evolution of music radio communication has witnessed transformative shifts in paradigms. Much research has been devoted to the BBC Radio sessions as a special type of recording and an important aspect of British pop music culture. Classic Rock Journalism, as a distinctive cultural phenomenon, has played a crucial role in shaping the discourse around music and artists. The British context offers a particularly rich tapestry for understanding the intersection of music, media, and communication. Next, we will recall the most influential British rock journalists and determine their contribution, as well as provide a brief overview of influential British rock journalists and the publications in which they addressed the phenomenon of John Peel's BBC Radio 1 program. Nick Kent, a prominent figure in British rock journalism, played a pivotal role in shaping the discourse around rock music during the 1970s. His contributions in NME (New Musical Express) provided critical insights into the evolving landscape of rock, and he occasionally delved into the influence of BBC Radio 1, including John Peel's program, on the music scene [5].

Charles Shaar Murray, known for his incisive critiques and in-depth analyses, was a key voice in rock journalism. His writings in publications like NME and 'Melody Maker' offered a nuanced perspective on the cultural impact of radio programs like John Peel's. Murray's articles often explored how Peel's eclectic selections influenced emerging artists and genres. Malcolm Dome, a well-known music critic and author, specializing in books about hard rock and metal, has made substantial contributions to the discourse on rock music [6].

Jon Savage's authoritative voice in rock journalism, particularly through his book 'England's Dreaming: Anarchy, Sex Pistols, Punk Rock, and Beyond', extended to his articles in publications like 'Melody Maker'. Savage's writings often touched on the cultural shifts influenced by radio broadcasts, with occasional references to John Peel's pioneering program [7].

Paul Morley, known for his exploratory and experimental approach to music journalism, contributed significantly to publications like NME and 'The Face'. While Morley's focus spanned a wide spectrum of musical and cultural phenomena, he occasionally delved into the transformative impact of radio programs, including John Peel's, on the music landscape. NME (New Musical Express) stood as an influential platform for British rock journalism, providing a space for critical analyses, interviews, and features on emerging and established artists. The publication often featured discussions on the impact of radio programs like John Peel's on the music industry. 'Melody Maker', another cornerstone of British music journalism, offered a platform for in-depth interviews, reviews, and articles. It frequently covered the evolving music scene, including the role of radio programs, and occasionally highlighted John Peel's distinctive contributions. 'The Face', while encompassing broader cultural commentary, occasionally featured articles that touched on the interplay between radio broadcasting and the music landscape [8].

Jeff Barton, a prominent figure in rock journalism, is renowned for his extensive coverage of classic rock music [9]. As the founding editor of 'Classic Rock' magazine, Barton played a pivotal role in popularizing the genre. While 'Classic Rock' predominantly focuses on retrospectives and features on legendary rock bands, Barton occasionally delved into the historical significance of radio programs like John Peel's on the development of classic rock. 'Classic Rock' magazine, under Jeff Barton's editorial guidance, became a leading platform for celebrating the heritage of rock music. The publication regularly featured articles, retrospectives, and interviews with iconic rock musicians, often contextualizing their work within the broader landscape of rock history. While the magazine primarily spotlighted artists and their discographies, it occasionally touched on the influence of radio programs, including John Peel's, in shaping the classic rock canon. The articles in 'Classic Rock' magazine, authored or overseen by Jeff Barton, provide valuable insights into the intersection of classic rock music and radio broadcasting. Barton's writings, along with those of contributors, shed light on how programs like John Peel's contributed to the formation of the classic rock genre. Moreover, the magazine's coverage occasionally included discussions on the reissuing of rare broadcast recordings from the archives of British radio stations from the 1960s and 1970s. While Jeff Barton played a central role, 'Classic Rock' magazine also featured contributions from various other notable rock journalists. Their writings further enriched the magazine's discourse on classic rock music, occasionally touching on the historical context provided by radio programs like John Peel's.

Another important figure in rock journalism is Martin Popoff. This author specializes in writing books about hard rock and heavy metal. Martin Popoff is known for his extensive knowledge of the genre and has written numerous books that provide detailed histories and analyses of various bands and albums. He is highly regarded for his comprehensive and well-researched books on hard rock and heavy metal music. His works are often considered essential reading for fans of the genre [10].

John Peel stands as an exemplar of the influential role played by radio personalities. His eclectic approach to curating music, spanning genres and championing emerging artists, revolutionized the concept of radio programming. Peel's impact transcended the traditional broadcast medium, with a ripple effect felt in contemporary digital communication platforms.

In exploring the pioneering role of figures like John Peel, Simon Frith's comprehensive analysis in 'Performing Rites: On the Value of Popular Music' offers valuable insights [11]. Frith delves into the socio-cultural significance of music, emphasizing the role of radio as a medium for cultural expression. While not exclusively centered on Peel, Frith's work contextualizes Peel's contributions within the larger framework of popular music.

While previous studies have acknowledged John Peel's significance, there exists an underexplored dimension concerning the documentary potential of his legacy. The fusion of Peel's approach with the digital age necessitates a reexamination of his contributions and the enduring relevance of his methods. The documentary potential of John Peel's legacy finds resonance in the writings of David Hesmondhalgh. His work 'Why Music Matters' underscores the enduring impact of music, transcending conventional boundaries [12]. While Hesmondhalgh's focus extends beyond radio, his exploration of music's cultural relevance provides a lens through which to approach Peel's contributions in a digital context.

The integration of traditional broadcasting principles with modern digital platforms remains a relatively uncharted territory in academic discourse. The inherent applied meanings within Peel's broadcasts, especially in contrast to contemporary digital communication, pose intriguing questions about the evolving role of music radio in the media landscape.

Next, we will outline several basic definitions, thereby introducing into our material, along with a historical shade, the concept of a constructive principle. A systematic collection of sound recordings is considered a music library. Discography is proposed to be understood not only as a complete list of sound recordings combined under the name of the artist, but as a description of the content and design of albums, lists, departments of periodicals with annotated lists of discs, recordings of outstanding performers in books, reviews, etc. Discographies are classified into official, extended, expanded, national, original and others. Catalogs, lists, and periodical press departments with annotated lists of records and CDs are important for discographic processing. A discographic novella is a documentary-archival narrative based on the analysis of documents and combined into a single list based on the name under which they were distributed. If the subject of a discography is 'numbered' albums, excluding collections, EPs and singles, then in a discographic novel we can talk about all releases.

Peel's innovative approach to radio DJing, characterized by authenticity, diversity, and audience engagement, redefined the role of the DJ in classic rock journalism. His influence extended beyond the airwaves, leaving a lasting legacy that continues to inform contemporary media practices.

As the digital landscape evolves, classic rock journalism adapts, finding new avenues for interpretation and interaction. The enduring impact of figures like John Peel underscores the profound and lasting influence of classic rock journalism on the broader cultural landscape.

John Peel's father always thought his son was a little dim-witted. Not everyone who is familiar with such a family situation manages to prove the opposite, having achieved significant success in their professional career... In this publication, we will not dwell in detail on the analysis of the zigzags of the biography of John Peel and repeat the positions previously stated in articles and books, but will focus on previously unexplored aspects of radio sessions. Now we have come to the presentation of the main material of the documentary research with a full justification of the obtained scientific results.

John Peel's approach to radio DJing marked a transformative shift in classic rock journalism. Unlike his contemporaries, Peel prioritized artistic integrity and diversity in his programming. He broke away from the traditional format, introducing listeners to obscure and experimental artists alongside established rock legends.

Peel's influence extended beyond mere playlist curation. He engaged with his audience in a personal and relatable manner, creating a sense of community around his show. This rapport allowed him to introduce emerging talent and unconventional sounds, ultimately shaping the trajectory of classic rock.

Furthermore, Peel's dedication to live sessions provided a platform for artists to showcase their raw, unfiltered talent, often allowing for experimentation and artistic risk-taking. These sessions, initially a rarity, became a defining characteristic of classic rock journalism, enabling artists to connect with their audience on an intimate level.

Classic Rock Journalism, deeply intertwined with the evolution of classic rock music, has been shaped by various mediums, including print publications,

radio, and later digital platforms. John Peel's pioneering role in radio DJing stands as a testament to the transformative power of a curator's influence on music interpretation.

Peel's approach serves as a blueprint for contemporary broadcasters and media practitioners, highlighting the importance of authenticity, diversity, and engagement in the digital age. Classic Rock Journalism continues to evolve, with modern platforms offering new opportunities for interpretation, analysis, and interaction, carrying forward the legacy established by figures like John Peel.

Rock music is confronted with his own past. Inflation of music value provokes listening formats and techniques, predetermining the dominance of the quantitative component over the qualitative one. Structural transformations of forms of communication are determined by the dynamics of cultural interactions in digital conditions.

Reissues allow you to rethink and relive the great musical achievements of the past, gaining access to rare and previously inaccessible materials. Reissues are like a postcard from the past – it didn't reach us at the time, but many years later the postman finally dropped it into our mailbox. These are created, as a rule, on the basis of master tapes from the catalogs of labels that have the right to re-release. In our case, we are talking about reissues of music radio broadcast recordings from the BBC phonogram archives. Programs for updating catalogs involve cataloging and preparing archival tapes for studio processing. For restoration work, special technologies are used that allow not only removing noise and interference, but also remastering. Let us remind you that the main technologies of recording restoration are analog and digital remastering. However, remastering should be distinguished from conversion, which requires multi-channel master tapes. Copies from them sound better than numbers and records. This is explained by the absence of nonlinear and dynamic distortions.

Let's move on to a selective review of reprints from the BBC archives. Most of these sessions are associated with the name of John Peel. So let's start with David Bowie. **Bowie At The Beeb: The Best of the BBC Radio Sessions 1968–1972** on 4LP/3CD (2016) was released three weeks before his death (this set of tracks first became available in 2000, but with a defect). Bowie recalled: «After being rejected by the BBC in a 1965 audition for 'hitting the wrong notes', John Peel gave him a second chance on his program three years later, and with it the opportunity to hit the wrong notes all the time». Bowie is, if not in his prime, then at least at his peak, having transformed himself from swinging pop singer to glam rock star. The opening «In The Heat Of The Morning», the romantic «London Bye, Ta-Ta», «Karma Man» and «Silly Boy Blue» were recorded for the cult radio program *Top Gear* by John Peel. By October 1969, a noticeable shift had occurred: «Let Me Sleep Beside You» and «Janine» were noticeably harsher in sound and spirit. The release contains a number of rarities, including the unreleased «Looking For A Friend», a rollicking cover of Chuck Berry's «Almost Grown», and an exquisite version of «It Ain't Easy» (In Concert: John Peel). From the February 1970 session, the acoustic «God Knows I'm Good» about a woman caught shoplifting stands out. «The Width Of A Circle» features Bowie and Mick Ronson's first performance together. The dynamic between them picks up steam on «Unwashed And Somewhat Slightly Dazed» with a brilliant solo from Ronson at the height of his powers (*The Sunday Show*). A performance on BBC Radio 1 in June 1971, with stunning, powerful music, preceded the release of the Hunky Dory album in December of the same year. The highlight of the set is the solo recording of «Kooks», played acoustically four days after the song was written in honor of the birth of David's son, Zowie. His insight becomes evident on the third record, dedicated to the end of 1971 – beginning of 1972. At that time, Bowie returned from New York, where he met Andy Warhol, Lou Reed and Iggy Pop. Gone were the fancy piano ballads and the ability to deliver infectious, energetic rock live was revealed. SPIDERS FROM MARS, his band of Mick Ronson, Trevor Bolder and Mick Woodmansey, is going from strength to strength (the band's name comes from the October 27, 1954 sighting of a supposed Martian UFO covered in spider webs). The metallic «Suffragette City» is superior to the album version. SPIDERS live is much better than any of their studio albums. Rock stardom reached its apogee in the album **The Rise and Fall of Ziggy Stardust and The Spiders From Mars**, announced by Bowie live on Radio 1 in two sessions a month before its release in June 1972. By that time, «Starman» had become a single of the week. DJ Johnnie Walker – the track was played daily, this contributed to the breakthrough of «Space Oddity» and «Changes». On the delightful «Moonage Daydream», Bowie transcends the intimacy of radio. The raw «Rock'n'Roll Suicide» ended the session on May 22, 1972 – the last song he played live on the BBC for 19 years. The beautiful music invites you to re-imagine a key period of Bowie's spectacular creative explosion, with plenty of song references to films, literature, philosophy, and the occult. **The Width Of A Circle** (2021), contain-

ing the complete 1970 BBC Live Session, is a companion piece to Bowie's reissue of **Metrobolist (aka The Man Who Sold The World)** (2020). Session records demonstrate the contradictory beginnings of Ziggy's future.

You can't get around T.REX either. On January 29, 1971, the BBC Radio One Club broadcast a concert by T. REX, a longtime favorite of John Peel. Performed by Marc Bolan, his right hand percussionist Mickey Finn and other members, «Beltane Walk», «Seagull Woman» and «Hot Love» – a number one hit, recorded under the direction of Tony Visconti (produced by David Bowie), not only stayed at the top line of the chart for 6 weeks – it was she who opened the 'Era of Glam Rock' in Britain.

John Peel's complicated relationship with DEEP PURPLE has previously been written about [13]. But in this regard, it is worth noting the archival release released on August 18, 2023, **The Classic Radio Sessions** [FM Broadcast 1968-1972]. The first disc contains sessions recorded by DEEP PURPLE for the BBC between 1968 and 1970. On CD2 is the complete version of their final concert for Radio 1 at the Paris Theater on 03/09/1972, subsequently broadcast. Of particular interest are early versions of «Speed King» (as «Ricochet» with different lyrics), a live performance of «Maybe I'm A Leo» with lead organ, and a 21-minute jam «Space Truckin'».

The origins of «All Right Now» have always been the subject of controversy. Be that as it may, the authors are considered to be Paul Rodgers and Andy Fraser. The success of this fun song with sexual overtones, which was actively played by DJs, instantly turned FREE from an ordinary blues group into everyone's favorites. They then had other great songs «My Brother Jake», «A Little Bit Of Love», «The Stealer» and «Wishing Well». **Live At The BBC** (2006) also used bootlegs recorded from radio broadcasts, even personal tapes from the archive of Paul Kossoff. From «Waiting On You», recorded in 1968 for Top Gear, and a gritty version of «The Hunter», to «All Right Now», a stunning performance on the *John Peel Show*, this release is a chronological account of a fleeting but monumental career greatest British blues rockers and a reminder that FREE sometimes sounded different outside the studio. Of the six sessions for *Top Gear* (15.07.68, 8.12.69, 17.03.69, 8.12.69, 15.01.70, 2.07.70), two each for *Sounds Of The Seventies* by Mike Harding (23.06.70, 04/19/71) and *John Peel Sunday Concert* (01/15/70, 07/2/70), as well as for *World Service Rhythm & Blues* (11/15/68) and *The Stuart Henry Show* (12/2/69), 20 archive tracks were selected, mainly by Andy Fraser and Paul Rodgers, presented in various versions. After FREE first disbanded in the spring of 1971, Rodgers briefly formed the power trio PEACE with bassist Stewart McDonald and drummer Mick Underwood. PEACE's only 18-minute live performance was recorded for John Peel's BBC Radio 1 program Sounds Of The 70s on 11 November 1971 (broadcast 12/22/1971). On January 17, 1973, FREE gave their last concert at the Hollywood Sportatorium (Florida), promoting their swan song, the **Heartbreaker** album. March 9, 1974 Paul Rodgers and drummer Simon Kirke, along with guitarist Mick Ralphs (ex-MOTT THE HOOPLE) and bassist Boz Burrell (ex-KING CRIMSON) debut as BAD COMPANY. John Peel followed the formation of BAD COMPANY and included some of their songs on his radio programs: «Can't Get Enough» (05/02/74), «Good Lovin' Gone Bad» (08/10/75), «Deal With The Preacher» (05/10/75), «Can't Get Enough» (05/26/75), «Rock'N'Roll Fantasy» (02/1/79).

QUEEN's legacy is multifaceted... As the decades pass, time fails to diminish the force of «Bohemian Rhapsody»'s unstoppable ambition and invention. At the early stage of the group's formation, the BBC music editors played a significant role. On February 5, 1973, a couple of weeks before the members of QUEEN signed their contract with EMI, «My Fairy King», «Keep Yourself Alive», «Doing All Right» and «Liar» were recorded at the BBC's Langham 1 Studio (aired on John Peel's program – February 15). The BBC radio session on December 3, 1973 featured «Ogre Battle», «Modern Times Rock'n'Roll», «Great King Rat» and «Son And Daughter» (broadcast on December 6, 1973). 21 February 1974 QUEEN appeared on Top of the Pops with «Seven Seas of Rhye». «Bohemian Rhapsody» with its 180 overdubs and vocal section became the band's calling card. Multi-layered harmonies, hyperbolic folk ballad style and razor-sharp guitar are tied together in a theatrical performance. Two weeks after its release on October 10, the song had already been played 14 times, including on two Sunday shows on Kenny Everett's Capital Radio. QUEEN's most successful year ended with their performance in the *Old Gray Whistle Test*, which BBC Radio 1 broadcast from the Hammersmith Odeon. The next day, demo tape copies of the song were sent to leading radio stations. One of the reissues of QUEEN radio recordings **Days Of Our Lives BBC** (2011) including rare interviews, session outtakes and commentary. The songs sound fresh and noticeably different from the versions that would eventually appear on QUEEN's albums.

Peel was a fan of Jeff Lynne and Roy Wood. He included music from the first ELECTRIC LIGHT

ORCHESTRA (ELO) records in his programs. In his positive reviews of the singles «10538 Overture» and «Roll Over Beethoven», he noted that ELO picked up where the Beatles left off. However, as the group became successful and gradually simplified their music, Peel abandoned them. **The BBC Sessions** (1999) and **Live At The BBC** (1999) include excerpts from ELO's 1973–76 on-air recordings made at BBC Langham 1, The Paris Theater and the Hippodrome, Golders Green, and later broadcast on The Bob Harris Programme.

Reissue **Broadcast From London & Bremen 1968-1972** (2023) plays an important role in rock history. This re-release showcases 12 tracks recorded live by CAPTAIN BEEFHEART & HIS MAGIC BAND for radio and television. The excellent sound quality material comes from two Peel sessions (1968), as well as a performance at the *Beat Club* (1972), and includes compositions from four different records by experimentalist Captain Beefheart.

John Peel, who developed his own style of communication with the audience, contrasted with the noisy manner of colleagues Kenny Everett and Tony Blackburn. *Top Gear* (by February 1972 the program was broadcast twice a week) marked the beginning of the Peel Sessions phenomenon (over 4,000 sessions and over 2,000 performers). These artifacts, which survived the purge of the BBC's archives following the closure of John Peel's Dandelion Records at the end of 1972, are a delight to behold, allowing one to hear icons 'in a pristine environment' and experience their uniqueness. Bernie Andrews managed to save the tapes from the rejected sessions. And although this was against the BBC's corporate rules, thanks to his 'Secret Scam' Strange Fruit Records released a number of rarities. Archival selection of reissues **Kats Karavan – The History Of John Peel On The Radio** (2009) on 4 CDs captures John Peel's radio career with digital-age clarity…

Now, delving into a selective review of reprints from the BBC archives, a significant portion of these sessions is synonymous with the name John Peel. Iconic artists like David Bowie, T.REX, DEEP PURPLE, FREE, BAD COMPANY, QUEEN, and ELECTRIC LIGHT ORCHESTRA have left indelible marks in these broadcasts. Their sessions not only capture moments of musical brilliance but also offer glimpses into their creative processes and interactions with their audience. The reissues and compilations serve as a sonic time capsule, allowing contemporary audiences to appreciate the breadth and depth of Peel's contributions in the digital age. This extraordinary archive continues to provide listeners with a unique and unfiltered experience of some of the greatest musical talents of the 20th century.

Conclusions. Classic Rock Journalism, born alongside the rise of classic rock music, encompasses various forms of media dedicated to the analysis, interpretation, and celebration of this influential genre. Radio, particularly through figures like John Peel, played a central role in shaping the narrative of classic rock.

Fate has prepared a long way for ethereal music: from the first radio shows, launching early rock and rolls from records, pirate stations, radio disco, acetate promos and exchange pools, transistors with 'remote rock music' breaking through the jammers... to modern services with streaming Net-radio…

Post-music absorbed by the total number is non-album and, alas, uninteresting. And can all this be compared to the legacy of the Golden Era of Classic Rock? No. Is there anything that can be compared to this at all!? Apparently, the time has come to return to rethinking the recordings of early broadcasts of classic rock musicians, processed in an innovative remix with an advanced sound engineering approach.

The extensive analysis of sound recording sessions for John Peel's programs in the late 1960s and 1970s provides valuable insights into the evolution of music during this transformative period. These sessions served as a platform for both established artists and emerging talents, offering a diverse range of musical styles and genres. The archival phonograms unearthed from these sessions offer a unique window into the creative processes of the artists, showcasing raw, unfiltered performances. One notable finding is the fluidity and experimentation prevalent in these sessions. Artists often used Peel's program as a canvas for pushing boundaries, trying out new arrangements, and presenting material that might not have found a place in more conventional formats. This underscores Peel's pivotal role in championing innovation and artistic risk-taking.

Moreover, the juxtaposition of different sessions reveals intriguing patterns and contrasts. Established bands sometimes chose to deviate from their signature sound, exploring new territories in the intimate setting of the radio studio. On the other hand, emerging artists seized the opportunity to make their mark, often delivering performances brimming with youthful energy and a hunger for recognition.

The reissues of these rare broadcast recordings provide a valuable contribution to music history. They allow contemporary audiences to revisit pivotal moments in the careers of iconic artists and discover lesser-known talents who left an indelible mark on

the musical landscape of their time. In conclusion, the sound recording sessions curated by John Peel stand as a testament to his visionary approach to music curation. These sessions not only captured the zeitgeist of an era but also contributed to the evolution of musical genres. The archival phonograms serve as invaluable cultural artifacts, offering a glimpse into the creative processes of a diverse array of artists. The reissues of these recordings ensure that their impact continues to reverberate through the annals of music history.

This study sheds light on a crucial aspect of music broadcasting, emphasizing the enduring relevance of Peel's contributions in shaping the narrative of rock music. It underscores the intrinsic value of applied meanings in music radio, providing insights for contemporary broadcasters and media practitioners.

By bridging the gap between traditional broadcasting and contemporary digital communication platforms, this reinterpretation of Peel's legacy highlights the dynamic interplay between technology and artistic expression. Peel's ability to connect with audiences and curate diverse content foreshadowed the interactive nature of modern digital platforms. In an era defined by participatory media consumption, the study of Peel's legacy offers valuable lessons for contemporary media practitioners. It demonstrates the potential of radio programs to serve as catalysts for artistic experimentation and innovation.

Overall, this research illuminates the profound impact of John Peel's program, not only on the music of his time but also on the broader trajectory of popular culture. His legacy serves as an inspiration for future generations of broadcasters, reminding us of the transformative power of music in all its multifaceted glory.

This study emphasizes the pivotal role of John Peel in shaping the narrative of music radio and highlights the resonance of his approach in today's digital age. The applied meanings within music radio serve as a foundation for understanding its evolving significance in contemporary media. Further research in this domain promises to uncover additional layers of insight. Future research endeavors may extend this framework to encompass a broader spectrum of music radio personalities and explore their impact on digital communication. Additionally, an international comparative analysis could offer a comprehensive view of the global evolution of music radio in the digital era. In 2022–2023, 'lost' radio broadcasts are actively produced. Collectors will certainly be interested in digital editions of previously inaccessible archival broadcasts. And without music radio journalists like John Peel, this treasure might not have existed. This is the applied meaning of the media interpretation of music in broadcast communication. All that remains to be added to this is that the ordering of the content (music) predetermines the form (medium).

Not only in the BBC, but also in the vaults of many other radio stations, primarily in continental Europe and the USA, unique recordings of the 'Golden Age of Rock' have been preserved, available in the form of reissues [14]. And we will talk about this in detail in our next publications.

Bibliography:

1. McLeod, D. M., & Lentz, B. Regulating the Airwaves: A Case Study of the Telecommunications Act of 1996. Journal of Broadcasting & Electronic Media, № 41(4), 1997, pp. 549–566.
2. Jenkins, H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press, 2006. 336 p.
3. Kassabian, A. Hearing Film: Tracking Identifications in Contemporary Hollywood Film Music. Routledge, 2001. 200 p.
4. Peel, J. The Olivetti Chronicles: Three Decades of Life and Music. Corgi, 2010. 480 p.
5. Kent, N. Apathy for the Devil: A Seventies Memoir. Faber & Faber, 2018. 416 p.
6. Dome, M. Art of Metal: Five Decades of Heavy Metal Covers, Posters, T-Shirts And More. Omnibus Press, 2013. 224 p.
7. Savage, J. England's Dreaming: Anarchy, Sex Pistols, Punk Rock, and Beyond. Faber & Faber, 1991. 656 p.
8. Garner, K., & Peel, J. In Session Tonight: The Complete Radio 1 Recordings. BBC Consumer Publishing, 1993. 320 p.
9. Classic Rock Magazine. The Albums, Bands And Stories, September 2023. 121 p.
10. Popoff, M. The Big Book of Hair Metal: The Illustrated Oral History of Heavy Metal's Debauched Decade. Voyageur Press, 2014. 224 p.
11. Frith, S. Performing Rites: On the Value of Popular Music. Harvard University Press, 1996. 352 p.
12. Hesmondhalgh, D. Why Music Matters. John Wiley & Sons, 2013, pp. 1–10.
13. Synieokyi, O. V. The study of sessional recordings of 1962–1972 from the BBC radio archive (The Beatles, Pink Floyd, Deep Purple). Вісник Харківської державної академії культури, № 59, 2021, С. 19–32.
14. Synieokyi, O. V. Belgian Progressive Rock Music Before & Beyond the Digit (A Retrospective Overview According to Phonographic Documents). Теоретичні та прикладні аспекти інформаційної, бібліотечної справи. № 1, 2023, С. 54–64.

Синєокий О. В., Сізова К. Л., Хміль-Чуприна В. В., Синєокий А. О.

МЕДІЙНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ТА ЦИФРОВЕ ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ МУЗИЧНОГО МОВЛЕННЯ (ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ДОСВІДУ ДЖОНА ПІЛА НА BBC RADIO 1)

Стаття заглиблюється в багатогранний світ музичного радіо, зосереджуючись на документальній переоцінці спадщини Джона Піла у контексті сучасних цифрових комунікацій. Це дослідження містить поглиблений аналіз останніх досліджень і публікацій, пов'язаних з музичним радіо. Особливу увагу приділено еволюції феномену класичної рок-журналістики з особливим акцентом на британському досвіді. Хоча існуючі дослідження заклали фундамент, ця стаття стосується раніше незвіданих територій. У центрі статті – переосмислення впливової кар'єри Джона Піла на музичному радіо. Спадщина Піла пропонує унікальну точку зору для розуміння еволюції ролі цифрових комунікацій у формуванні наративу рок-музики.Огляд літератури висвітлює основоположний внесок таких вчених, як Маклеод, Ленц, Фріт, Хесмондхалг, Дженкінс, Кассабіан та інших, у формування дискурсу про медіа-комунікацію та культурне значення. Огляд літератури підкреслює необхідність цілеспрямованого дослідження спадщини Джона Піла в контексті сучасної цифрової комунікації. Цей розділ містить детальний аналіз існуючої літератури, наголошуючи на невирішених аспектах у контексті спадщини Джона Піла та сучасної цифрової комунікації. Дослідження методологічно ґрунтується на багатогранному підході, який поєднує аналіз контенту архівних трансляцій Піла, інтерв'ю та критичних оглядів. Крім того, буде проведено порівняльний аналіз епохи Піла з сучасними цифровими комунікаційними платформами, щоб контекстуалізувати результати. Ретельний аналіз підкріплений емпіричними доказами та літературними джерелами. У статті подано огляд перевидань рідкісних записів мовлення 1960–1970-х років. Підкреслюється, що журнал 'Classic Rock' під керівництвом Бартона став важливою платформою для прославлення класичної рок-музики та час від часу звертався до впливу радіопрограм на розвиток жанру. Висновки висвітлюють постійну актуальність підходу Джона Піла до музичного радіо. Його здатність керувати різноманітним контентом і налагоджувати зв'язок з аудиторією передвіщала інтерактивну природу сучасних цифрових платформ. Досліджуючи прикладні значення, вкладені у журналістську роботу Піла на BBC Radio 1, ми прагнемо подолати розрив між традиційним мовленням і сучасними цифровими комунікаційними платформами. Переосмислення підкреслює внутрішню цінність прикладних значень у музичному радіо, забезпечуючи розуміння для сучасних мовників і медіа-практиків. Ця анотація містить вичерпний огляд пропонованої статті, окреслюючи її ключові компоненти та цілі дослідження.

Ключові слова: *архівні фонограми, BBC Radio 1, трансляційні записи, журнал «Classic Rock», ді-джей, цифрові комунікації, Джон Піл, медійна інтерпретація, музичне мовлення, перевидання, сеанси звукозапису.*

UDC 070
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/38

Харченко О. В.
Київський університет імені Бориса Грінченка

ІНТЕРФЕРЕНЦІЯ РОСІЙСЬКИХ КУЛЬТУРНИХ РЕАЛІЙ ТА ЛЕКСЕМ В УКРАЇНСЬКИЙ ГУМОРИСТИЧНИЙ ДИСКУРС ПІД ЧАС ВІЙНИ

В українській спільноті медіа фахівців сьогодення проходять обговорення етичних викликів повідомлень теленовин, соціальних мереж та блогерських Інтернет платформ, про війну Росії та України у різноманітних мультимедійних засобах. Функціонування українського гумористичного дискурсу під час війни та його особливості є частиною цих дискусій. Ця стаття фокусує свою увагу на дослідженні когнітивних та лінгвостилістичних особливостях гумористичного українського дискурсу під час російсько-української війни, що поширюються в українських мультимедійних ЗМІ, на процесі інтерференції російських культурних реалій і лексем та їх трасформації шляхом залучення когнітивних патернів доступної евристики, негативного мислення, переваги або ілюзорної переваги, чіткого контрасту, мольберту. Ці когнітивні патерни є складовими частинами когнітивних упереджень, що представляють собою проміжні фільтри між фреймами і пов'язанимими когнітивним упередженнями. Вони грають роль ментальних фільтрів, що пов'язують кілька фреймів, активну модель пізнання реальності, та ключові ціннісні домінанти. Активне застосування певного когнітивного патерну з одного боку спотворює, а з іншого формує когнітивні рамки пізнання реального світу, що приводить до закріплення однойменного когнітивного упередження на ментальній карті світу певної мовної особистості. Інтерференція російських культурних реалій та лексем в український гумористичний дискурс воєнного часу призводить до переосмислення їх семантичних значень, надає нових переважно глузливих смислів, негативних оцінних конотацій та емоційних конотацій гніву, ненависті, подиву, зневаги та комізму. Проведене дослідження виявляє ряд стилістичних засобів комічного, що пов'язані з інтерференцією російських культурних реалій та лексем в гумористичний український дискурс воєнного часу. До головних належать парапросдокіан, алюзія, бафос, комічне іннуендо, знижена метафора, удаваний ентузіазм, комічна логіка, іронія, змішування кодів. Проаналізовані жарти виконують функції зняття психологічного стресу, згуртованості та солідарності, розваги, зневаги до ворога, зміцнення духу, покращення комунікації та креативності.

Ключові слова*: гумористичний український дискурс воєнного часу, інтерференція, когнітивний патерн, парапросдокіан, бафос, змішування кодів.*

Постановка проблеми. Актуальністю статті постає необхідність виявлення, аналіз та класифікація механізмів комічного сучасного українського гумору воєнного часу під час драматичної російсько-української війни, розв'язаною лідерами Кремля.

Об'єктом дослідження виступає сучасний український гумористичний дискурс воєнного часу. Матеріалом для аналізу слугували українські жарти, що поширюються у мультимедійних ЗМІ, створені під час російсько-української війни.

Предметом дослідження є інтерференція та переосмислення російських лексичних одиниць, клішовані стилістичні засоби комічного, що пов'язані з цими процесами, і роль когнітивного патерну «доступної евристики» ('Availibility Heuristic' cognitive pattern).

М е т а статті – ідентифікація процесу інтерференції та загальна характеристика ряду стилістичних та когнітивних засобів, що призводять до комічного ефекту, і що відзеркалюють процес змішування та переосмислення українського та російського кодів мовлення під час війни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій базується на роботах В. О. Самохіної [6], Дж. Морреалл [18; 19], Д. Оукс [23], А. Чапман [14], які досконало та комплексно дослідили проблеми гумору та гумористичного дискурсу зокрема. Розглядаючи український гумористичний дискурс воєнного часу ми беремо до уваги теорію зняття психологічної напруги Р. А. Малфурс [20], згідно з якою під час сміху люди позбуваються негативних емоцій; теорії неконгруентності В. О. Самохіної [6] та невідповідності Г. Куіперс [19] і Н. Голдман [12],

які стверджують, що комічний ефект формується когнітивним механізмом невідповідності (неконгруентності) між тим, що очікується, і тим, що відбувається, а сам гумористичний дискурс слугує засобом соціальної корекції; теорію семантичних механізмів гумору В. Раскін [25] і С. Аттардо [10], що відіграють головну роль в різних моделях гумору; теорію переваги А. Бардон [11], згідно з якою у гумористичному дискурсі, заснованому на глузуванні, об'єкт розваги вважається інтелектуально та морально нижчим за опонента або оповідача жарту: теорію рефреймінгу О. Харченко [18], згідно з якою комічний ефект зумовлений семантичним ускладненням, що виникає внаслідок несподіваного рефреймінгу ситуаційного контексту, комунікативних інтенцій і когнітивних патернів, що супроводжується застосуванням низки стилістичних фігур; теорію переваги Т. Нобс [16], згідно з якою жартівник відчуває психологічну та інтелектуальну перевагу над об'єктом сміху.

Приймаючи до уваги роботи вищезазначених авторів, ми визначаємо український гумористичний дискурс воєнного часу як текст із особливими власними мовними та позамовними прийомами реалізації інтенцій сміху, переваги та зняття психологічної напруги, що розгорається у ситуативному контексті російсько-української війни. У когнітивному плані, комічний ефект такого дискурсу заснований на ефекті оманливого очікування, спричиненого рефреймінгом когнітивних патернів та інференцій, що проявляється через низку стилістичних фігур.

Мета статті – провести аналіз процесів інтерференції та переосмислення у комплексних механізмах когнітивного та стилістичного переключення серйозної тональності на комічну, при актуалізації російських лексичних одиниць та виразів.

Виклад основного матеріалу. В сучасній українській журналістиці відбуваються дискусії стосовно етичних викликів висвітлення новин та будь-якої інформації про війну Росії та України на різноманітних мультимедійних платформах. Журналісти, фахівці та блогери обговорюють як зберігати людяність та професіоналізм в умовах війни, де трагедії цивільного населення і загибель військових стають вагомою частиною повідомлень теленовин, соціальних мереж та блогерських Інтернет майданчиків. Важливою частиною дискусії є функціонування українського гумору в умовах війни та його ознаки.

Розглядаючи основні когнітивні особливості українського гумористичного дискурсу воєнного часу, спочатку розглянемо взаємозв'язок когнітивних упереджень та когнітивних патернів.

Основні когнітивні упередження були описані та визначені Д. Канеманом та А. Тверським [17]. Ці дослідники виявили низку когнітивних упереджень, що сприяють швидкому розумінню та аналізу усього того, що відбувається навколо усіх адресатів та адресантів.

На нашу думку, складовою частиною когнітивного упередження є когнітивний патерн, що є це проміжним фільтром між фреймом і пов'язаним когнітивним упередженням. Когнітивний патерн – це ментальний фільтр, що пов'язує кілька фреймів, активну модель пізнання реальності, та ключову ціннісну домінанту. Часте застосування якогось когнітивного патерну з одного боку спотворює, а з іншого формує когнітивні рамки пізнання реального світу, що призводить до закріплення однойменного когнітивного упередження на ментальній карті світу певної мовної особистості.

Ми вважаємо, що когнітивний патерн 'доступної евристики' (Aavailability heuristic cognitive pattern) є складовою частиною когнітивного упередження 'евристичної аналогії' [17], згідно з яким рішення приймається шляхом спонтанного пошуку аналогій в результаті отримання нового досвіду або інформації, що відображає недавні події.

Когнітивний патерн 'доступної евристики' базується на ключовій ціннісній домінанті 'правильне рішення', і складається з трьох основних фреймів: 'проблема', 'аналогія' та 'нова реальність'. В результаті використання цього патерну відбувається переосмислення вже відомої реалії мирного часу і надання цій реалії нових смислів та конотацій в умовах війни.

Важливим когнітивним механізмом сучасного українського гумору, як ми вважаємо, є когнітивний патерн 'негативного мислення', що є частиною однойменного когнітивного упередження дослідженого С. Фротингем та Легг Т., які стверджують: "Ми, люди, маємо схильність надавати більше значення негативому досвіду, ніж позитивному або нейтральному досвіду. Це називається негативним упередженням. Ми схильні зосереджуватися на негатив навіть тоді, коли негативні переживання є незначними або несуттєвими" [15]. Такі науковці як С. Касабіанка та К. Гепп виокремлюють наступні когнітивні викривлення, що формують когнітивне упередження 'негативного мислення' (distortions): поляризація, навішування ярликів, надмірне

узагальнення, ігнорування позитиву, поспішні висновки, перебільшення та мінімалізація, очікування катастрофи, емоційне міркування, перебільшення моральних зобов'язань, помилкова справедливість, помилкова зміна, впевненість у правоті [13].

З нашої точки зору, патерн 'негативного мислення' як частина однойменного когнітивного упередження представляє ментальний фільтр, який пропускає тільки негативні думки, спираючись на таку ключову ціннісну домінанту як 'негативність захищає' і складається з трьох основних фреймів: 'самозбереження', 'загроза', і 'реальна ситуація'.

Вагомим когнітивним патерном гумору є патерн 'переваги або ілюзорної переваги', який базується, з нашої точки зору, на такій ціннісній домінанті "Ми кращі!" Він складається з двох основних фреймів: фрейму 'Ми' мовця (IQ, EQ, стать, професія, етнічна група, національність, соціальне становище), а також фрейму 'Вони' (опоненти, суперники, вороги). Відповідно 'ми' – кмітливі та сильні, а 'вони' – недоумкуваті та слабкі.

Цей когнітивний патерн є частиною однойменного когнітивного упередження, що в свою чергу є проявом теорії переваги. Дж. Морреал, прихильник цієї теорії стверджує: "Простіше кажучи, наш сміх виражає почуття вищості над іншими людьми, або над нашим колишнім станом" [21].

Російсько-українська міжмовна інтерференція, як прояв взаємопроникнення двох мовних систем в умовах білінгвізму, вже досліджувалась рядом українських лінгвістів, такими як Г. В. Зимовець [1] та О. С. Черемська [7]. У цій науковій розвідці ми розглянемо процес інтерференції через низку українських жартів, що ілюструють процес переосмислення російських культурних реалій та лексем у сучасному гумористичному українському дискурсі воєнного часу шляхом надання їм нових конотацій та смислів.

1. На прохання друзів для дружини пригожина із Ростова просимо поставити пісню Михайла Круга: "Что ж ты фраер сдал назад?" [2].

2. Московський патріархат плачеться, що нема куди подітися двом тисячам монахів...Вручіть їм повістки і в Бахмут [2].

3. Судячи з мапи російських влучань за останній тиждень, росія остаточно змирилась з тим, що білгород – це Україна [2].

4. Всім країнам, які підтримують росію бажаю 'руського миру' в вашу хату [2].

5. Кажуть, що гівно не тоне. Але крейсер 'москва' потонув [2].

6. "Ти йодом запаслася?" "Неа, я наставила вентиляторів біля хати, і направила їх, в сторону Брянська, Мінська. Курська!" [2].

7. До речі, фіни можуть відправити нам леопарди прямою дорогою. Через санкт-петербург [2].

8. Путін звернувся до Зеленського з проханням повернути пару танків для параду 9 травня [2].

9. Ввів у Google запит: 'Відстань Львів-москва'. А воно мене питає: "З чого будеш їб@шити?" [2].

10. Я оце думаю, може подзвонити на радіо 'Крим' і замовити пісню Мумій Троль 'Утікай!' [2].

11. москва, якій 870 років, із піною біля рота доводить Києву, якому 1540 років, що це завжди була її земля. Якісь довбограї, чесне слово… [2].

12. Прокинулась мураха, вилазить з під російського танку і каже: "Що тільки по п'яні додому не притягнеш" [2].

13. Не думав, що зрадію фразі: "На Київ йдуть німецькі танки…" [2].

14. У Підмосков'ї після двох вибухів загорівся спиртзавод. Схоже Україна почала бити по центрах ухвалення рішень у РФ [3].

15. "Кожугетовичу, доповідай!" "Половину Херсона взяли." "Східну чи західну взяли?" "Хер взяли" [3].

16. Але серйозно, уявіть. Ти вважаєш себе найсильнішим стратегом сучасності…а тебе ї@е капітан команди КВН міста Кривий Ріг [5].

17. Якщо ви почуваєтесь непотрібними, згадайте, що хтось в росії навчається на факультеті міжнародних відносин [8].

18. ЗНО з історії України. Де було сказано знамениті слова "руський корабль іди на…"

а) острів Хортиця, б) Одеса, в) острів Зміїний, г. Київ [8].

19. Миколаївський консервний завод запускає нову лінію продукції.

Обмежена кількість! [мем консервної банки] Штаб ЧФ РФ шматочками у власному соусі [4].

20. Після того як наші дрони почали дубасить по території РФ, росіянці носять труси – жовтим вперед, коричневим назад [9].

Розглядаючи когнітивні механізми створення комічного ефекту у цих жартах, зазначимо, що в усіх цих прикладах українського гумористичного дискурсу воєнного часу використовують ефект обманутого очікування та механізм не конгруентності, що супроводжується рефреймінгом інференцій (логічних на малоймовірні або образні), когнітивних патернів та ситуативних контекстів.

В усіх жартах спостерігається залучення низки когнітивних патернів.

1. ‘Доступної евристики’, оскільки усі російські культурні реалії переосмислюються, основуються на новому досвіді та отримують нові переважно глузливі додаткові смисли (пригожин – трус, Московський патріархат – хитруни, росія – втратила білгород, руський мир – кровавий, крейсер ‘москва’ – гівно, санкт-петербург – слабкий, москва – зло, москва – агресивно-брехливе створіння, російський танк – слабак, спиртзавод – місце ухвалення рішень росіян, Кожугетович – невдаха, керівник Росії – слабкий а керівник України – сильний, студенти МДІМВ/МГИМО – непотрібні, руський корабль – слабкий, Штаб ЧФ РФ – вже нема, росіянці–труси).

2. ‘Негативного мислення’, бо виявлені російські культурні реалії сприймаються вороже, крізь призму війни та отримують нові негативні оцінні конотації та емоційні конотації гніву та ненависті (жарти 9, 11, 19), подиву (жарти 13, 16) і зневаги (жарти 1–12, 14-20).

3. ‘Переваги чи ілюзорної переваги’, вочевидь, в цих жартах, усі російські керівники, військові об’єкти і культурні діячі, сприймаються з конотаціями насмішки, комізму та приниження.

4. У жартах 3, 6. 9, 11, 20, спостерігається залучення патерну ‘чіткого контрасту’, що проявляється через залучення стилістичної фігури парапросдокіан (несподіваної кінцівки жарту), оскільки ‘білгород – це Україна’, ‘вентилятори…в сторону Брянська, Мінська. Курська’, ‘Львів-москва… їб@шити’, ‘Київ…завжди…земля… Москви’, ‘труси’ ‘росіянців’ – жовто-коричневі. Цей патерн, як складова когнітивного упередження ‘контрастного ефекту’ [17], базується на тому факті, що контрастні референти, розміщені разом, представляють більший інтерес і фіксуються у свідомості. краще. Патерн включає такі фрейми, як ‘контрастні об’єкти’ та ціннісну домінанту ‘увага до всього незвичайного’.

5. Когнітивний патерн ‘мольберту’ застосовується у жартах 5, 11, 12, 20. У цих жартах створюються і обігруються знижені метафоричні образи гівна, мурахи, жовто-коричневих трусів, персоніфікованих столиць двох воюючих держав.

Когнітивний патерн ‘мольберту’, заснований на когнітивному упередженні ‘домінування зображення’, який експериментально підтвердив А. Павіо, згідно з яким комуніканти запам’ятовують візуальні картини та образи, сформовані словами, значно швидше, ніж будь-яку логічну чи абстрактну інформацію [24]. Цей патерн обертається навколо такої ціннісної домінанти, як ‘насолода зображенням’, і включає такі фрейми, як ‘візуальна картина’ та ‘ментальний образ’.

У стилістичному плані залучається така фігура як бафос (використання грубої лексики або лексики глузування). У жартах 3, 4, 5, 7, 9, 11, білгород, росія, москва, санкт-петербург, пишуться з малої літери. Грубі та знижені лексеми ‘фраер’, ‘гівно’, ‘їб@шити’, ‘хер’, ‘довбограї’, ‘ї@е’, ‘росіянці’, залучаються у жартах 1, 5, 9, 11, 15, 16, 20.

У жартах 1, 7, 10, 12, 13 залучається алюзія. У першому жарті алюзія йде на те, що лідер вагнерівців Є.Пригожин, несподівано зупинив свій наступ на столицю РФ і тим самим нагадав персонажа із шансоновської пісні М. Круга. У сьомому жарті алюзія робиться на Радянсько-фінську війну 1939–1940 років. Десятий залучає алюзію російської музикальної групи Мумі-Троль, роблячи іннуендо на те, що мешканцям Криму треба покидати півострів у зв’яку з загостренням російсько-української війни. У дванадцятому жарті алюзія йде на моторолер ‘Мураха’ та саморобний трактор ‘Мураха’, яким ‘притягнули’ російський танк, що додатково створює зооморфічну метафору. Трактор ‘Мураха’ перетворюється у справжню мураху. У тринадцятому жарті фраза “на Київ йдуть німецькі танки” є прецедентною, і спочатку лунала під час Другої світової війни, але під час російсько-української війни ця фраза отримала зовсім інше значення і додатково ілюструє такий різновид іронії як ‘іронічне відлуння’.

В багатьох жартах, а це жарти 3, 4, 5, 6, 8, 9, 14, 18, 19, 20, робляться комічні або трагікомічні іннуендо (скриті натяки). У третьому іннуендо робиться на те, що російські війська наносять ракетно-бомбові удари по своєму Білгороду, У четвертому на те, що ‘руський мир’ приносить численні жахи війни. У п’ятому – корабель-флагман російського флоту порівнюється з гімном, додатково залучається комічна логіка (ентимема). Якщо потонув – то не гівно. У шостому натяк робиться на можливий ядерний вибух і комічне перенаправлення радіації. Восьмий жарт робить іннуендо на те, що у країни-агресора завеликі втрати танків. Дяв’ятий жарт натякає на те, що вся інтернет-спільнота цивілізований світ бажає Кремлю поразки. Десятий жарт У чотирнадцятому жарті іннуендо робиться на пияцтво російських військових. Сімнадцятий жарт натякає на те, що більшість країн світу ввели санкції проти країни-агресора і обмежили дипломатичне спілкування. Вісімнадцятий жарт робить іннуендо на те, що події російсько-української війни, в тому числі

комічні моменти, будуть вивчати в усіх українських школах. У дев'ятнадцятому на ракетний удар ЗСУ по штабу Чорноморського флоту. У двадцятому жарті робиться іннуендо на те, що від українських дронів труси росіян стають спереду підмоченими, а позаду забрудненими.

Комічна логіка або ентимема у широкому смислі використовується в жартах 3 та 14. Іронія спостерігається у жартах 1, 4, 7, 8, 10, 13, 18.

Фейковий або удаваний ентузіазм, як один із стилістичних засобів комічного, використовується в жартах 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 19.

В усіх жартах спостерігається змішування українського та російського кодів мовлення, оскільки усі жарти містять російські культурні реалії та лексеми.

Окремо зазначимо, що усі жарти вибірки прошиті інтенціями створення солідарності між українцями, однорідного колективного настрою та кращої згуртованості групового мислення. Усі вони відображають категорію своєчасності, яка базується на подіях воєнного часу. Основними функціями українського гумористичного дискурсу військового часу є зняття напруги, формування сильної волі до захисту своєї країни, згуртування всього народу, функція розваги, прояв зневаги до ворога, поліпшення комунікації та креативності.

Висновки. Український гумористичний дискурс воєнного часу строюється на фоні ситуативного контексту кровопролитної російсько-української війни. Інтерференція російських культурних реалій та лексем в український гумористичний дискурс воєнного часу призводить до переосмислення їх семантичних значень, надає нових переважно глузливих смислів, негативних оцінних конотацій та емоційних конотацій гніву, ненависті, подиву, зневаги та комізму.

Усі двадцять жартів вибірки залучають когнітивний патерн 'доступної евристики', який характеризується пошуком аналогій на основі свіжого досвіду або інформації, що відображає нещодавні воєнні події; когнітивний патерн 'негативного мислення', що акцентує увагу на негативних думках та оцінках; когнітивний патерн 'переваги або ілюзорної переваги', згідно з яким усі російські керівники, солдати і техніка сприймаються нижчими за якістю у порівнянні з українськими відповідниками. Деякі жарти застосовують когнітивний патерн 'чіткого контрасту', що основується на зіставленні двох контрастних денотатів, і когнітивний патерн 'мольберту', відповідальний за домінування візуальних картинок і образів. Кількість когнітивних патернів не обмежена тими, що зазначені у цій статті, але перераховані патерни належать до головних когнітивних механізмів українського гумористичного дискурсу воєнного часу.

У стилістичному плані виявлені патерни супроводжуються низкою стилістичних фігур гумору. До головних з них належать парапросдокіан, алюзія, бафос, комічне іннуендо, змішування кодів, знижена метафора, удаваний ентузіазм, комічна логіка, іронія.

Усі розглянуті жарти виконують функції зняття психологічного стресу, згуртованості та солідарності, розваги, зневаги до ворога, зміцнення духу, покращення комунікації та креативності.

Отримані результати наукової розвідки потребують дослідження на більшому масиві фактичного матеріалу.

Список літератури:

1. Зимовець Г.В. Міжмовна інтерференція в умовах контактного білінгвізму (на матеріалі мови української діаспори): Автореф. дис… канд. філол. наук: 10.02.15 / Інститут української мови НАН України. К., 1997. 2–19 с.

2. Зотенко Р. Українські жарти про війну. 2023. https://rozdil.lviv.ua/anekdot/search/23/index.php?p=2 (access 25.09.2023).

3. Інформатор Найсмішніші анекдоти і меми про Путіна, росіян і війну (2023) https://informator.ua/uk/naysmishnishi-anekdoti-i-memi-pro-putina-rosiyan-i-viynu

4. Проценко Т. Гумористичні війська України. 24.09.2023. https://www.facebook.com/groups/humorarmyukraine/ (access 24.09.2023).

5. Ранок. Рятуймося гумором: як українці сміються з Росії під час війни. 08.03.2023. https://ranok.ictv.ua/ua/2022/03/08/ryatuyemosya-gumorom-yak-ukrayintsi-smiyutsya-z-rosiyi-pid-chas-vijni/ (access 25.09.2023).

6. Самохіна В.А. Сучасний англомовний жарт. Монографія. Харьків: Харківський національний університет імени В.И.Каразина, 2012. 475 с.

7. Черемська О.С. Лексична та граматична інтерференція в сучасній українській літературній мові як наслідок українськоросійського білінгвізму: Автореф. дис....канд. філол. наук: 10.02.01 / ХДПУ. Х, 2002. 24 с.

8. Чудновський В. Щоб не плакати, ми сміялись: добірка мемів про війну (12/03/ 2022) https://vn.20minut.ua/Podii/schob-ne-plakati-mi-smiyalis-dobirka-memiv-pro-viynu-11536811.html (access 25.09.2023).

9. Шалтика С. Гумористичні війська України https://www.facebook.com/groups/humorarmyukraine/ (access 30/09/2023).

10. Attardo, S., Raskin, V. Script Theory Revisited: Joke Similarity and Joke Representation Model. Humor: International Journal of Humor Research. № 4 1991. P. 293–347.

11. Bardon, A. The Philosophy of Humor In Comedy: A Geographic and Historical Guide, 2 vols. edited by M.Charney, 2005, 462–476p., Westport, CT: Praeger.

12. Goldman, N. Comedy and democracy: The role of humor in social justice. Animating Democracy, 2013. 1–10 pp.

13. Casabianca, S.S., Gepp, K. Cognitive Distortions To Blame for Negative Thinking. January 11, 2022. URL: https://psychcentral.com/lib/cognitive-distortions-negative-thinking (access 22.12.2022).

14. Chapman, A. J. Social aspects of humorous laughter. Humour and Laughter: Theory, Research and Applications / [Chapman A.J., Hugh C. F. (eds.)]. New Brunswick, N.Y. : Transaction, 1996. P. 155–185.

15. Frothingham S., Legg T.J., What Is Negativity Bias, and How Does It Affect You? December 16, 2019. URL: https://www.healthline.com/health/negativity-bias (access 22.12.2022).

16. Hobbs T. Levithan. Parts One and Two. New York: The library of liberal Arts, 1958. 310 p.

17. Kahneman D. A., Slovic P., Tversky A. Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. New York: Cambridge University Press. 1982. 556 p.

18. Kharchenko, O. V. The comic phenomenon in the communicative space of the USA. Monograph. 2014. K.: MP Lesya, 460 p.

19. Kuipers, G. Humor styles and symbolic boundaries. Journal of Literary Theory 3(2), 2009. P. 219–240.

20. Malphurs, R. A. People did sometimes stick things in my underwear: The function of laughter at the U. S. Supreme court. Communication Law Review. 2010. 10(2), 48–75.

21. Morreall, J. Philosophy of Humor. The Stanford Encyclopedia of Philosophy, edited by E. N. Zalta 2013. http://plato.stanford.edu/archives/spr2013/entries/humor/ (access 30.09.2023).

22. Morreall, J. Verbal humor without switching scripts and without non-bonafide communication. Humor. 17(4). 2004. P. 393–400.

23. Oaks, D. D. Creating structural ambiguities in humour: getting English grammar to cooperate. Humor. 1994. 7–4. P. 377–401.

24. Paivio, A. Imagery and verbal processes. N. Y.: Holt, Rinehart & Winston. 1971. 312 p.

25. Raskin, V. The Semantic Mechanisms of Humor. Reidel: Dordrecht. 1985. 280p.

Kharchenko O. V. INTERFERENCE OF RUSSIAN CULTURAL REALITIES AND LEXEMES IN UKRAINIAN HUMOROUS DISCOURSE DURING THE WAR

Today, in the Ukrainian mass media specialist community, the ethical challenges of the messages on TV news, social networks and Internet blogging platforms, about the war between Russia and Ukraine through various multimedia means are being discussed. The functioning of the Ukrainian humorous discourse during the war and its features are part of these discussions. This article focuses its attention on the research of cognitive and lingostylistic peculiarities of humorous Ukrainian discourse during the Russian-Ukrainian war, disseminated in the Ukrainian multimedia, the process of interference of Russian cultural realities and lexems, and their transformation through the application of the 'cognitive patterns of 'Availability Heuristic' pattern, 'Negative thinking,' 'Superiority or Illusionary superiority,' 'Distinct Contrast,' 'Easel.' These cognitive patterns are constituent parts of cognitive biases, which represent interim filters between frames and associated cognitive biases. They play the role of mental filters that connect a number of frames, an active model of reality cognition, and key valuable dominants. Active application of some definite cognitive pattern on one side promotes, and on the other side forms the cognitive frame of the real world learning, which leads to the consolidation of the same-named cognitive bias on the mental map of the world of a particular linguistic personality. The interference of Russian cultural realities and lexemes in the Ukrainian humorous discourse during the wartime leads to the rethinking of their semantic meanings, adding new important senses, negative evaluative connotations, and emotional connotations of anger and hatred, surprise and contempt. The conducted research reveals a number of comic stylistic means connected with the interference of Russian cultural realities and lexemes in war-time Ukrainian humorous discourse. The key ones include paraprosdocian, allusion, baphos, comic innuendo, profanity metaphor, faked enthusiasm, funny logic, irony, code mixing. The analyzed jokes carry out the functions of psychological stress relief, cohesion and solidarity, entertainment, contempt for the enemy, strengthening the spirit, improving communication and creativity.

Key words*: war-time Ukrainian humorous discourse, interference, paraprosdokian, bathos, code mixing.*

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 316.77:339.138-026.39]:[502.17:330.15]
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/39

Баранецька А. Д.
Запорізький національний університет

ГРІНВОШИНГ ЯК МАНІПУЛЯТИВНА (СИМУЛЯКРОВА) КОМУНІКАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ «ОЗЕЛЕНЕННЯ» РЕПУТАЦІЇ

У статті осмислено явище грінвошингу у контексті сучасної тенденції корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. Репрезентовано аналізований феномен як інструмент формування екологічно позитивного іміджу організацій та створення їх привабливого образу для громадськості. Розкрито особливості конструювання еконаративу за допомогою технології «зеленого камуфляжу». Виявлено, що підґрунтям розбудови такого типу комунікацій є нівелювання імперативу довіри та застосування неетичних комунікацій, що вводять в оману споживачів. Відзначено, що грінвошинг є маніпулятивною технологією в управлінні комунікаціями з метою лобіювання інтересів компаній, а також прагненням брендів збільшити репутаційний капітал без додаткових інвестицій у повноцінне впровадження екополітики. Визначено грінвошинг як технологію формування eco-friendly іміджу псевдоекологічних активностей компаній. Охарактеризовано «зелений PR» як своєрідну надж-технологію, що підсилює пріоритетність вибору. Подано домінантні стратегії «зеленого очищення» компаній, підставою яких є введення в оману аудиторії, а також типи комунікацій компаній за критерієм імплементації екологічного звернення. Простежено уподібнення грінвошингового іміджу до іміджу-симулякру. Зауважено, що симулякровість грінвошингу полягає в актуалізації відповідних смислів та змістів, які не відтворені у речах/діях. Відповідно, проінтерпретовано цю технологію як своєрідну гру зі смислами та їх укорінення у свідомості громадськості. Наголошено, що реалізації цієї комунікації сприяє галоефект (ефект ореолу), який забезпечує розширення зони дії актуалізованих характеристик, а отже, забезпечує інтеграцію одиничного прояву екологізації у цілісний екозорієнтований образ компанії.

Ключові слова: *екологізація бренду (екозорієнтованість), eco-friendly імідж, репутація, грінвошинг («зелений камуфляж», «зелений» PR), соціальна відповідальність бізнесу (СВБ), ефект ореолу (галоефект), симулякр, надж-технологія, управління комунікаціями.*

Постановка проблеми. Імідж та репутація на сьогодні є одними з вагомих чинників успішності будь-якої організації (політичної, державної, громадської, бізнесової). Репутація стала критерієм ефективної діяльності та потужним нематеріальним складником вартості компанії. Від неї залежать взаємини компанії з аудиторією та перспективи їх довготривалості. Тому важливим на сьогодні є репутаційний менеджмент. Існують різні інструменти впливу на підвищення репутаційної вартості фірми, серед них масштабної актуалізації у сьогоденні набула соціальна відповідальність бізнесу. Гуманізація бізнесової сфери має різні напрямки свого прояву, однак усі вони зорієнтовані на підтримку якості життя людини та її прав, у тім числі й на отримання достовірної інформації про компанію та її продукцію/послуги.

Як свідчать сучасні практики, доцільна реалізація напрямків СВБ сприяє формуванню позитивного іміджу та підвищенню репутаційного капіталу, що збільшує вартість та прибутки компанії. Однак, існують думки, що корпоративна соціальна відповідальність відволікає від основної економічної ролі бізнесу або є лише поверхневою прикрасою вітрин («зеленим камуфляжем») [цит. за 9, с. 47]. Саме тому є потреба у чіткості розуміння ідеї корпоративної соціальної відповідальності та напрямків її втілення, а також знанні технологій, які маскуються під концепцію гуманізації, оскільки застосування саме таких прийомів та технік здатне призвести до втрати репутаційних інвестицій. Одним із деструктивних інструментів є грінвошинг, ілюзорна позитивність якого

імпліцитно нівелює імператив довіри та руйнує взаємини зі громадськістю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічною базою порушеної проблеми стали дослідження з різних галузей. Так, розглядаючи екологізацію брендів як одну з домінантних сучасних тенденцій, автори Ю. Головня, В. Ільченко, О. Трубей. О. Грищенко, Є. Голишева, О. Коротенко, Ю. Макарова, А. Завербний, П. Олещук зазначають, що явище грінвошингу є маніпулятивною технологією «озеленення» бізнесу та інструментом комунікаційного менеджменту. Концепцію соціальної відповідальності бізнесу та підходи до її інтерпретації описано у праці Е. Пахучи. Про механізм ефекту ореолу йдеться у статті Л. Дудник. Суть феномену симулякра та процес симуляції розкрито у працях Ж. Бодріяра, О. Данильян, О. Дзьобань, О. Стебельської.

Мета статті полягає в осмисленні ролі технології грінвошингу в управлінні комунікаціями зі громадськістю. **Завдання:** описати інтерпретації явища грінвошингу; простежити механізм реалізації концепції «зеленого камуфляжу»; охарактеризувати грінвошинг як технологію створення симулякризованого іміджу; виявити роль галоефекту в здійсненні грінвошингової комунікації.

Виклад основного матеріалу. Одним із векторів прояву корпоративної соціальної відповідальності є концепція екологізації бізнесу, яка тісно переплітається зі сучасними суспільними тенденціями охорони довкілля. Еконаративи стали своєрідними драйверами формування позитивного бізнес-іміджу для цільових аудиторій. Саме через екологізацію компанії акцентують увагу на своєму зацікавленні у підтримці добробуту людства та вирішенні суспільно значущих проблем. Поряд із активними зрушеннями у цьому напрямку посилилося прагнення бізнесу мати інвестиції громадської підтримки, у такий спосіб формуючи відповідне позитивне уявлення про себе як екологічно орієнтованого, однак не реалізовуючи відповідних заходів у практичній діяльності. Така псевдоекологічна активність спонукала розвиток явища грінвошингу (greenwashing) або «зеленого камуфляжу»[1] – технології «екологічного позиціонування підприємства, товару чи послуги без достатньої доказової бази» [3, с. 48]. Сам термін походить від англійського слова whitewash, яке означає «відбілювання репутації» і за аналогією greenwashing – це її «озеленення» [6]. Вперше його вів у обіг американський еколог Д. Вестервельд у фаховій статті (1986 р.) для іронічного опису звернення одного з готелів про повторне використання рушників відвідувачами в умовах одночасного розширення самого закладу, що шкодило довкіллю. Відтак цей термін вживається для характеристики сумнівних або нечесних практик, до яких вдаються підприємства, щоб «пофарбувати» себе в «зеленіший» відтінок [7, с. 129].

Важливим аспектом реалізації грінвошингу є інформаційно-комунікаційна компонента, адже для реалізації цієї технології, насамперед, постає потреба в публічності заяви та її масовому розголосі, тобто формуванні відповідних інформаційних потоків, які й створять бажаний образ компанії для громадськості. Тому дослідники розглядають грінвошинг як псевдоекологічний метод управління комунікаціями компанії [3, с. 47], який грунтується на розповсюдженні нею дезінформації для просування свого екологічно відповідального іміджу та публічного образу, які не є обґрунтованими і вводять в оману аудиторію [цит. за 3, с. 48]. Ця маніпулятивна технологія, коли виробники безпідставно заявляють про екологічну чистоту своєї продукції, підтасовуючи факти та замовчуючи деталі, застосовується й як інструмент лобіювання. Низка компаній використовує «зелений камуфляж» для забезпечення іміджу екологічно зорієнтованої організації та отримання політичної підтримки. Такого типу «камуфляж» є «політичним захистом» для бізнесу, який у подібний спосіб прикривається від спроб тиску влади на нього [8, с. 93]. Отже, сьогодні інструмент грінвошингу має застосування в різних сферах життєдіяльності. На жаль, на думку деяких компаній, недобросовісна конкуренція є припустимою, а поширення недостовірної інформації про їхню діяльність вже стало традиційною практикою. Така політика організацій – це прояв глибокої неповаги до свої аудиторії та, водночас, порушення одного з напрямків соціальної відповідальності бізнесу.

Дієвості технології грінвошингу сприяє механізм ореолу (галоефект), сутність якого полягає у своєрідному перенесенні/поширенні певних характеристик одного об'єкта/суб'єкта на інший, із частини на ціле. Найчастіше цей ефект використовується у сфері мас-медіа, зокрема у рекламному та PR-дискурсах. До такого прийому належить використання в рекламних повідомленнях образів відомих особистостей [цит. за 5, с. 125], відтак пропоновані товари/послуги набувають додаткової привабливості для аудиторії. Також результатом галоефекту є поширення домінант-

[1] Цей процес визначають також як «зелений піар» та «озеленення репутації» [6].

ної риси людини на всю її життєдіяльність. Ще одним прийомом цього механізму є проєкція якості одного продукту на всю продукцію бренду. Такий само алгоритм здійснення має ефект ореолу й у технології грінвошингу, адже прагнучи стати більш привабливими для аудиторії, компанії намагаються різними шляхами співвіднести ідеї екологізації зі своєю діяльністю. І навіть зосередження уваги на окремому прояві екополітики робить екопривабливою всю компанію й ідентифікує її як соціально відповідальну. Однак, якщо у випадку чесного бренду такий ефект перенесення є закономірним і сприяє адекватному підвищенню потенціалу довіри споживачів, то грінвошингова імпровізація є етично некоректною технологією комунікування зі стейкхолдерами і вводить їх в оману, адже такого типу екологічність компанії є своєрідним домислом, а не реальним фактом.

Так, на сьогодні виділяють вісім популярних стратегій «зеленого очищення» компаній, які ґрунтуються на введенні в оману споживачів: 1) чітко не визначена «зеленість» (екологічність продукту подано як загальну характеристику); 2) зелений через асоціацію (переконання в екологічності вибудовується через додавання фотографії з красивою природою); 3) неперевірені претензії (висуваються екологічні претензії, однак без необхідних доказів та підтверджень); 4) одна претензія призводить до іншої неперевіреної претензії (рекламування дійсного твердження про продукт із одночасним переконанням в іншому зеленому атрибуті, що не є протестованим); 5) не публікувати весь життєвий цикл (рекламування та продавання продукту з акцентом на його екологічному профілю, однак без декларації всього життєвого циклу товару); 6) великий вимикач (компанії, які заявляють про свою екологічність, розробляють лише один такий продукт із усього асортименту); 7) згуртування для створення нижчих стандартів (прагнення низки компаній однієї галузі знизити екологічні стандарти для своєї відповідності); 8) відверта брехня (відверто неправдиві або нечіткі твердження, які будуть неправильно зрозумілі, зокрема: «все натуральне») [цит. за 7, с. 129–130]. До зазначених позицій також доцільно додати ще й такі критерії прояву грінвошингу[2]: 9) фальшиве маркування (підробка «зелених» сертифікатів за відсутності визнаних екологічних ознак)[3]; 10) зосередження уваги на користі шкідливих продуктів (принцип обирати менше лихо); 11) приховування недоліків (позиціонування «зелених» товарів на основі одного або декількох тверджень, які приховують важливі недоліки); 12) марність характеристик (демонстрація очевидного факту як конкретної переваги товару, наприклад, соняшникова олія зі вмістом вітаміну Є [2]. Зазначені позиції засвідчують, що технологія грінвошингу – це своєрідна гра зі смислами та їх укорінення (імплементація) у свідомість громадськості. Адже eco-friendly імідж[4] компанії має базуватися на комплексній екологічності товару/бренду, тобто дотриманні цієї характеристики у всіх напрямках діяльності компанії. Екологічним має бути не лише товар, але й упаковка [6]. Для успішної реалізації стратегії екобрендингу продукція повинна визначатися екологічністю протягом усього циклу її виробництва [2], а не виявлятися лише в одному аспекті.

Водночас, реалізації галоефекту сприяють й засоби масової інформації, які наповнюють інформаційні потоки відповідними повідомленнями про компанію і формують у такий спосіб її бажаний образ. Однак, якщо для відповідальних компаній існують перестороги, що під час виникнення «образів-паразитів» вся увага зосереджується не на продукції, а на певному «ореолі» [цит. за 5, с. 125], то для компаній, які вдаються до грінвошингу, цей наслідок видається бажаним.

Тому застосування такого типу «зеленого PR» сприяє формуванню не реального позитивного іміджу, а створенню в уяві громадськості неіснуючого образу компанії, своєрідної віртуальної моделі – іміджу-симулякру. Адже саме домінантною властивістю симулякра є його «здатність видавати відсутність за присутність і змішувати будь-які відмінності між реальним і уявним. Під впливом симуляції відбувається «заміна реального знаками реального», в результаті симулякр виявляється принципово неспіввідносним із реальністю безпосередньо, якщо взагалі співвідносним із чим-небудь, окрім інших симулякрів» [4, с. 71]. Як зауважує О. Стебельська, симулякр є лише знаком, який не має ніякого зв'язку з реальністю, а тому ні до чого не відсилає аудиторію. На думку дослідниці, «складається враження, що інформаційний простір веде своє власне життя,

[2] У праці вказано на сім критеріїв прояву грінвошингу, однак інші подібні до описаних попередньо стратегій.

[3] Використані у назвах продуктів компоненти «еко», «біо», «органік», «натуральний» часто нічим не підкріплені, про що свідчить склад продукту. Так само не характеризують якість товару такі знаки, як: листочок, дерево або планета на упаковці. Деякі виробники генерують позначення, подібні до справжнього екомаркування. Однак ці зображення є інакшими, ніж оригінальні, і не містять словесних позначень [11].

[4] Див. за [11].

а зв'язки з конкретними предметами та об'єктами руйнуються. Зв'язок знака та речі спотворюється» [10, с. 66].

Симулякровість грінвошингу відтворюється у принципах його реалізації, де еконаратив актуалізований лише відповідними смислами та змістами, які цілісно не відтворені у реальних речах/діях. Тобто, технологія грінвошингу – це свого роду перенесення абстрактної моделі екологізації (в ліпшому випадку вона відтворюється хоча б в одиничному прояві) на компанію в цілому. Це як своєрідна симуляція, «породження моделей реального без першопричини та без реальності: гіперреального» [1, с. 5–6]. Так, зокрема, й у твердженні Еклезіаста йдеться про те, що «симулякр – це зовсім не те, що приховує істину, це істина, яка приховує, що її немає. Симулякр істинний» [1, с. 5]. Саме походження слова симулякру (вперше він був вжитий Платоном) позначає подвійне спотворення справжньої ідеї. Відповідно, якщо кожна конкретна річ вже є копією ідеї, її тінню, то симулякр – це спотворення самої копії. Тому симулякр є копією копії або тінню тіні [10, с. 66]. Ілюзорність грінвошингу формується внаслідок поєднання двох форм організаційної поведінки компанії – недотримання норм екологічної моделі та фіктивних позитивних комунікацій про екологічне функціонування [цит. за 3, с. 48–49], що робить цю технологію підступно привабливою.

На сьогодні існує низка практик екологізації брендів, в тому числі зі застосуванням грінвошингової технології [2; 7; 11]. Одним із прикладів недоцільної процедури екологізації став бренд Макдональдс, який у 2009 році змінив свій логотип на зелений у Європі, однак ребрендингу було недостатньо. У 2019 році бренд замінив пластикові соломинки паперовими, проте вони виявилися фактично непридатними для переробки. Це призвело до відповідних інформаційних потоків у ЗМІ та виникнення скандалу, що і створило погану рекламу бренду. Такий приклад оголошення екозорієнтованості без чіткої стратегії її втілення є свідченням реалізації грінвошингу [7, с. 131].

Водночас, існує низка компаній (зокрема, світові бренди Gap, H&M, Levi Strauss, Nike, Patagonia, Marks&Spencer), які мають у своєму асортименті зелені варіанти товарів (одяг, пакування продукції, авто і т.д.). Проте іноді, концентруючись на випуску екологічно чистої продукції, організації не зважають на організацію екологічно безпечного виробничого процесу [2]. «При цьому прикладом відповідального ставлення до природи є нідерландська виробничо-торгова група компаній «IKEA», яка хоч і використовує велику кількість деревини у виробництві меблів, але застосовує якісні і передові методи лісництва, без шкоди величезним ділянкам лісу. Крім цього, компанія інвестує кошти у розробку поновлюваних джерел енергії» [2]. У цілому можна говорити про різні варіанти екополітики фірми, зокрема: повне недотримання стандартів, вибіркова екоініціація та цілковита екологічна відповідальність.

Екоповедінка компанії так чи інакше відтворюється в організації її комунікацій з аудиторіями, які виконують не лише функцію поінформування, але є потужним впливогенним засобом. Так, дослідники виділяють ріні типи комунікацій компаній за критерієм імплементації екологічного звернення: помилковий грінвошинг (неефективне провадження комунікацій організації щодо її активної екополітики), необґрунтований грінвошинг (комунікаційна гіперболізація екологічних ініціатив фірми), грінвошинговий шум (розбудова комунікацій на основі необґрунтованих екологічних претензій – неетичні комунікації), ефективні екологічні комунікації (свідома екозорієнтованість компанії та відкрита комунікація зі контактними аудиторіями про взаємозв'язки та наслідки її відповідної діяльності). При цьому, якщо необґрунтований грінвошинг та грінвошинговий шум – це етично некоректні комунікації, які вводять в оману споживчу аудиторію, то у випадку помилкового грінвошингу спостерігається недостатнє інформаційно-комунікаційне забезпечення екологічно позитивної активності структури, а отже, є потреба в оптимізації комунікацій зі фокусом на ключових аспектах. Тредсеттерами та лідерами думок у всіх позиціях формування екологічно орієнтованої моделі поведінки суспільства є організації з відкритим типом комунікацій [3, с. 49], адже саме за такої прихильності до споживача та зацікавленості у ньому можливими є довготривалі та взаємовигідні стосунки. Як свідчать життєві практики, «зелений камуфляж» є тимчасовим «укриттям», через те, що сучасна критично мисляча аудиторія здатна розкодувати та викривати сформований компанією симулякр екологічно позитивного іміджу.

Висновки і пропозиції. Екозорієнтованість на сьогодні є одним із ключових показників гуманізації бізнесу, а відповідно й критерієм підвищення репутаційних інвестицій. Однак, на часі постало питання маніпулювання компаніями екопривабливістю шляхом застосування відповідних

технологій, зокрема грінвошингу. Зважаючи на те, що екокологізація як сучасна тенденція у бізнесовій сфері є одним із впливогенних чинників споживацького вибору, грінвошинг можна інтерпретувати як своєрідну маніпулятивну надж-технологію та інструмент менеджменту комунікацій, що впливає на пріоритети аудиторії.

Вивчення цього питання є важливим для фахівців із інформаційної діяльності та соціальних комунікацій, оскільки вони мають розумітися на технологіях реалізації комунікаційної взаємодії між компанією та її аудиторіями. Більше того, важливо мати уявлення про ті інструменти, які викликають сумніви і є такими, що вводять в оману споживача, а отже, порушують принцип суспільного діалогу, що базується на довірчих взаємовигідних стосунках між різними соціальними інституціями та громадськістю. Саме тому перспективою подальшого дослідження є вивчення особливостей втілення грінвошингу в сучасних практиках у різних сферах життя з метою максимального виявлення форм та форматів цієї неетичної комунікації.

Список літератури:

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. Пер. з фр. В. Ховхун. Київ : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. 230 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Jean_Baudrillard/Symuliakry_i_symuliatsiia.pdf

2. Головня Ю. І., Ільченко В. М., Трубей О. М. Екологічний брендинг в умовах сталого розвитку економіки. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2019/40.pdf

3. Грищенко О. Ф., Голишева Є. О. Використання грінвошингу як технології екологізації бізнесу: поняття, детермінанти та драйвери. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. URL: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/46-2020/8.pdf

4. Данильян О. Г., Дзьобань О. П. «Симулякр»: концептуалізація феномена у постнеокласичній філософії. *Інформація і право*. 2016. № 2 (17). С. 66–76. URL: http://ippi.org.ua/sites/default/files/9_0.pdf

5. Дудник Л. Реклама як ефективний метод впливу на психологію споживача. *Маркетинг, реклама та PR: новітні технології для бізнесу*. Київ : ВСП «КТЕФК ДТЕУ», 2022. С. 124–126. URL: https://ktepcknute.kyiv.ua/wp-content/uploads/2023/03/Zbirnik-tez_-VSP-KTEFK-KNTEU_-16.11.2022.pdf

6. Коротенко О. Грінвошинг: як компанії маніпулюють екологічним маркетингом. *The Villadge. 2021.* URL: https://bazilik.media/hrinvoshynh-iak-kompanii-manipuliuiut-ekolohichnym-marketynhom/

7. Макарова Ю. С., Завербний А. С. Проблеми та перспективи грінвошингу за глобалізаційних умов та розвитку циркулярної економіки. Менеджмент та та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2022. № 1 (7). URL: https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2022/jun/28244/220373menedzhment-127-139.pdf

8. Олещук П. Інформаційні технології лобіювання за сучасної демократії. URL: https://bulletinphilosophy-knu.kyiv.ua/index.php/journal/article/download/36/28

9. Пахуча Е. В. Проблеми формування соціальної відповідальності бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Випуск 8. Ч. 2. С. 42–46. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/8_2_2016ua/13.pdf

10. Стебельська О. І. До питання про симулякризацію соціально-культурного простору. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2022. http://apfs.nuoua.od.ua/archive/39_2022/12.pdf

11. Шакун А. Грінвошинг: як бренди вдають, що вони «еко». *The Villadge*. 2019. URL: https://www.the-village.com.ua/village/city/eco/286807-greenwashing

Baranetska A. D. GREENWASHING AS A MANIPULATIVE (SIMULACRUM) COMMUNICATION TECHNOLOGY FOR "GREENING" OF REPUTATION

The article analyzes the phenomenon of greenwashing in the context of the current trend of business. corporate social responsibility. The analyzed phenomenon is presented as a tool for forming an environmentally positive image of organizations and creating their attractive image for the public. The article reveals the peculiarities of constructing an econarrative with the help of the "green camouflage" technology. It is found that the basis for the development of this type of communication is the leveling of the imperative of trust and the use of unethical communications that mislead consumers. It is noted that greenwashing is a manipulative technology in the management of communications with the aim of lobbying the interests of companies, as well as the desire of brands to increase their reputational capital without additional investment in the full implementation of environmental policy. The author defines greenwashing as a technology of creating an eco-friendly image of pseudo-environmental activities of companies. "Green PR" is characterized as a kind of nudge-technology that enhances the priority of choice. The author presents dominant strategies of "green cleaning" of companies based on misleading the audience, as well as the types of company communications based on the criterion of implementing an environmental message. The similarity of the greenwashing image to the image-simulacrum

is traced. It is noted that the simulacrum of greenwashing is to actualize the relevant meanings and contents that are not reproduced in things/actions. Accordingly, the author interprets this technology as a kind of game with meanings and their rooting in the public consciousness. It is emphasized that the implementation of this communication is facilitated by the halo effect, which ensures the expansion of the action area of the actualized characteristics, and therefore ensures the integration of a single manifestation of environmentalization into a holistic eco-oriented image of the company.

Key words: *brand ecologization (eco-orientation), eco-friendly image, greenwashing ("green camouflage", "green" PR), social responsibility of business, halo effect, simulacrum, nudge technology, communication management.*

УДК 811.111’ 373
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/40

Горіна Ж. Д.
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ХАРАКТЕР КОМЕРЦІЙНИХ НАЗВ УКРАЇНСЬКОГО МОРОЗИВА

Наукову публікацію присвячено визначенню сутнісної природи феномена «рекламне ім’я» з позиції загальної теорії номінації, ономастичної теорії і бренд-комунікацій, зокрема в аспекті цілісної маркетингової стратегії виробника українського морозива щодо розроблення нової назви – нейму. Автор обгрунтовує наукову доцільність тлумачення комерційних назв українського морозива в контексті аналізу специфіки їх комунікативно-прагматичного впливу на споживачів. На широкій джерельній базі із залученням методики факторного аналізу, результатів асоціативного експерименту визначені: а) критерії ефективності комерційної назви морозива і/або ступеня складності декодування рекламного імені, б) фактори вербальної і візуальної привабливості популярних комерційних назв українського морозива (наявність негативних або недоречних асоціацій, типовість і/або непрозорість семантики, складність візуального сприйняття або вимови, неправильний вибір шрифту, відсутність і/або наявність інформативності), а також в) типи стійких споживацьких асоціацій, пов’язаних із ними (власне ономастичні, внутрішні, асоціації із «затемненою» семантикою). Компонентний аналіз досліджуваних найменувань українських кондитерських або молочних виробів – комерційних назв на позначення морозива дозволив авторові встановити, що рекламне ім’я здатне виконувати низку функцій у сфері рекламної комунікації, як-от: інформативна, ідентифікувальна, сугестивна, атрактивна, експресивно-емоційна, естетична, іміджева, гарантійна. Доведено, що престижність кондитерського чи молочного виробу або статусність вітчизняного виробника підкреслюють найменування морозива з використанням прецедентних імен відомих або історичних постатей, міфологічних, казкових персонажів, або елітних і фешенебельних топонімів, екзотичних фітонімів, зменшувально-пестливої лексики, що не лише характеризують об’єкт рекламної номінації, а й мають значні можливості для реалізації атрактивної, експресивно-емоційної та презентаційної функцій. Уточнено маркери комерційного успіху рекламного імені відомих українських брендів морозива «ТМ Рудь», «ТМ Ласунка», «ТМ Лімо», «ТК «Три ведмеді», а саме: вдала комерційна назва морозива має бути не стільки інформативною, скільки оригінальною, максимально стислою, з привабливим візуальним оформленням дизайну етикетки або логотипу виробника, «солодкою», тобто такою, що легко запам’ятовується, а отже, ключовими інструментами комунікативно-прагматичного впливу на емоційний стан споживача лишаються: а) апеляція до позитивних емоцій (радість, задоволення, довіра, розчулення), б) намагання привернути увагу, здивувати або в) навіяти приємні спогади.

Ключові слова: *рекламне ім’я, комерційна назва, прагмонім, неймінг, бренд-комунікації, українське морозиво, комунікативно-прагматичний вплив.*

Постановка проблеми. Актуальність дослідження пояснюється тим фактом, що в XXI столітті ринок послуг і товарів стрімко розвивається, а відтак однією з найбільш пріоритетних проблем рекламної, маркетингової, повсякденної комунікації є дослідження процесів номінації товарів на позначення різноманітної продукції, що має великий попит у населення, а особливо, коли йдеться про продукти харчування, напої або інші товари щоденного вжитку. Дослідники констатують той факт, що за останні роки в Україні реклама утверджується як соціальний інститут, який набирає обертів, значно впливає на всі процеси розвитку суспільства. Вона регламентує комплекс норм: соціальних, маркетингових, правових, моральних та інших, що зумовлюють рекламну діяльність, становить структуроване об`єднання людей, і для неї є характерним стійкий тип комунікативної поведінки, який позначається на механізмах взаємодії виробників рекламної продукції з аудиторією потенційного споживача (О. Арешенкова, О. Зелінська, В. Зірка, С. Квіт, Н. Кутуза, Л. Хавкіна та ін.).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізуючи мову реклами торгової марки

в аспекті розгляду структурно-семантичних, стилістичних, лінгвопрагматичних або рекламно-маркетингових особливостей тих чи тих комерційних назв, відзначимо, що науковці останнім часом надають перевагу «широкому» підходу щодо тлумачення текстів споживацької реклами, які створені, можуть бути «озвучені» й «візуалізовані», віртуально інтерпретовані, а відтак ставати комунікативною подією, яка виводить їх на рівень рекламного дискурсу (Ф. Бацевич, М. Бейджент, О. Вінарєва, С. Гузенко, Ф. Джефкінс, О. Іссерс, Р. Клінк, А. Кромптон, А. Лященко, Д. Огілві, Є. Пєсоцький, В. Різун, К. Ротцолл, Ч. Сендідж, Н. Удріс). Вочевидь, перспективність критичного дискурс-аналізу в інтерпретації мас-медіа загалом і мови реклами зокрема є виправданою, адже цей дослідницький метод дає змогу тлумачити мову як форму соціальної практики, визначати ті екстралінгвальні чинники, що детермінують як мовне оформлення рекламного повідомлення, так і полікодовий характер плану вираження.

Під поняттям «рекламне ім'я» або «ім'я бренду» в теорії і практиці реклами, царині маркетингових і бренд – комунікацій, комерційному праві й медіа, які висвітлюють питання рекламного менеджменту, зазвичай розуміють комерційну назву, найменування рекламованого об'єкта : у комерційній (збутовій) рекламі йдеться про назву товару чи послуги, в іміджевій – продавця, виробника, в соціальній – про концентроване втілення самої ідеї, в політичній рекламі – ім'я лідера політичної партії або популярного політика. Таким чином, рекламне ім'я уналежнено до ділянки штучної номінації, в межах якої найменування створюються спеціально для виконання певних цілей, а саме – для просування об'єктів реклами шляхом розповсюдження потрібної інформації, створення певного іміджу, формування відповідного емоційного ставлення (О. Белей, Ю. Горожанов, Г. Зимовець, Л. Капанадзе, Ю. Карпенко, Т. Ковалевська, Н. Кутуза, М. Китайгородська, І. Крюкова, Є. Отін, О. Суперанська, М. Торчинський, С. Шестакова), адже «від рівня незвичності рекламного імені прямо залежить ступінь його ефективності, здатність виділятися на тлі інших найменувань, привертати увагу адресата і здійснювати рекламну функцію» [3, с. 116]. Хоча в межах ономастичних студій спостерігаємо й певну неузгодженість термінологічного апарату для об'єктів на позначення комерційної номінації («фірмоніми», «товароніми», «ергоурбоніми», «ергоніми», «урбаноніми», «прагматоніми»), що так чи інакше корелюють із синонімічними поняттями «рекламне ім'я», «бренд», «товарний/фірмовий знак», «комерційна назва».

У креативних відділах рекламних агенцій, де іміджмейкери у співпраці з маркетологами опікуються питаннями розроблення критеріїв і принципів створення ефективних комерційних назв, технологіями неймінгу як самого процесу створення унікального рекламного імені, а також прийомами візуалізації торгової марки, частіше оперують терміном «ім'я бренду» (Л. Апшоу, К. Келлер, І. Кунгушева, Д. Мерфі, В. Музикант, Д. Огілві, Г. Почепцов, Н. Тейлор, А. Френкель), що обов'язково використовують у всіх видах комунікації між компанією і потенційними покупцями або клієнтами. Власне, з лінгвістичного погляду у тлумаченні сутності поняття бренду головним чином зроблено акцент на його впливовому потенціалі, як на такій комерційній назві, яка має високу репутацію у покупців чи споживачів.

Мета статті – уточнити структурно-семантичні особливості комерційних назв на позначення українського морозива й експериментальним шляхом довести специфіку їх комунікативно-прагматичного впливу на споживачів. Джерельною базою слугувала авторська картотека популярних назв українського морозива, загальним обсягом понад 80 одиниць, зібраних шляхом суцільної вибірки з рекламних каталогів, прайс-листів основних вітчизняних торгових марок «ТМ Рудь», «ТМ Ласунка», «ТМ Лімо», «ТК «Три ведмеді» і регіональних підприємств чи фірм – виробників морозива «ФМ Ласка», «ФМ Хладопром», текстів зовнішньої реклами (вивіски етикеток морозива з акційними пропозиціями у вітринах супер-маркетів) й прикладів телевізійної чи контекстної реклами, розміщеної на Web-сайтах. Усього проаналізовано понад 120 різноманітних контекстів використання найменувань українських кондитерських або молочних виробів – комерційних назв на позначення морозива.

Викладення основного матеріалу. Як відомо, будь-які тексти комерційної реклами мають виразну комунікативно-прагматичну скерованість: вони цілеспрямовано діють на цільову аудиторію, нав'язуючи їй рекламований об'єкт через вплив на зорові, слухові, смакові, дотикові, рухові або нюхові відчуття потенційних споживачів. Водночас номінації продуктів харчування, алкогольних чи безалкогольних газованих / негазованих напоїв, соків, а особливо, кондитерських або молочних виробів як товарів повсякденного вжитку, передовсім

пов'язані зі смаковими і нюховими відчуттями, тому паралінгвістичні засоби оформлення таких комерційних назв мають дещо інакше функціональне навантаження. Крім того, аудіо і/або вербально-візуальне поєднання інформації в рекламному повідомленні надає йому неабиякої виразності, універсальності, споживчої привабливості й комерційної ефективності, затим що саме рекламні меседжі спонукають покупця до мимовільних, часом неусвідомлюваних, асоціацій і конотацій щодо змісту повідомлюваного, пригадування першоджерела, яке вплинуло на появу символічного образу, а отже, й до більш глибинного декодування інформації щодо рекламованої продукції. Так, компонентний аналіз досліджуваних комерційних номінацій на позначення українського морозива, здійснений шляхом розкладання семантичного значення на окремі складники, дозволив встановити, що рекламне ім'я здатне виконувати ті чи ті функції у сфері рекламної комунікації, а саме:

1. ***Інформативна функція,*** що полягає в доведенні до покупців виключно фактуальної й концептуальної інформації про виробника кондитерських виробів та їхню якість (місцезнаходження, цінова політика, призначення і склад інгредієнтів і т. ін.): *«Пломбір», «Шоколадне», «Манго», «Плодово-ягідне», «Полуничне», «Крем-брюле», «Рахат-Лукум», «Вершкове».*

2. ***Ідентифікувальна функція*** полягає у формуванні певного емоційного образу, пов'язаного з продуктом/фірмою виробником/торговою маркою, вигідне позиціонування об'єкта реклами з-поміж подібних: «*Каштан зі Львова», «Київський каштан у шоколаді», «Хрещатик», «Білоруський пломбір», «Ірландське морозиво», «Odessa».*

3. ***Сугестивна функція*** має на меті переконати покупця у високій якості рекламованого морозива через маніпулятивний вплив на психіку споживача, знижуючи при цьому його аналітичність і критичність сприйняття інформації: *«Пломбір 100%», «Ескімо», «Ріжок-велетень».*

4. ***Експресивно-емоційна функція*** надає об'єкту рекламування яскравого, як правило, позитивного емоційного забарвлення, часто жартівливо-іронічного і невимушеного стилю спілкування зі споживачем: «*Кучерявий пінчер», «Пустунчик», «Дракоша», «Їж в шапці», «Maximuse».*

5. ***Атрактивна функція*** виступає мовним засобом керування увагою споживачів, адже рекламне ім'я морозива повинно бути зрозумілим, інтригуючим, таким, що легко запам'ятовується, викликає споживацький інтерес до рекламованого об'єкта: «*Полунична бомба», «Вибуховий апельсин», «100% хайп!», «Льодовий шок».*

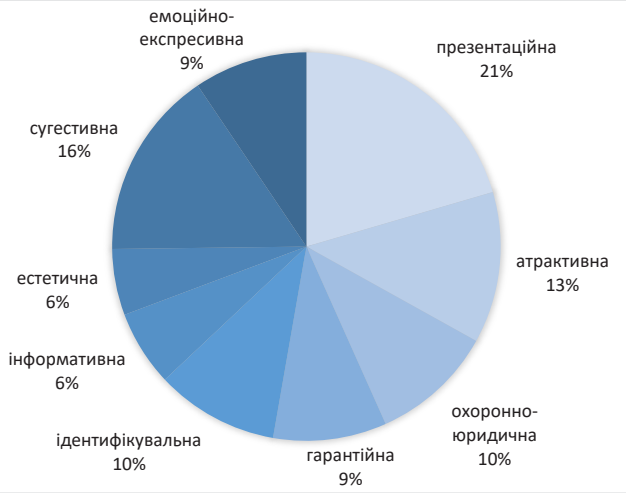
6. ***Естетична функція*** – рекламні імена з цією функцією виступають у переносно-образному значенні, породжуючи асоціації, пов'язані з традиційними образами художньої літератури, дитячих казок, видів мистецтва: «*Пташине молоко», «Віденський вальс*», «*Три горішки», «Чорний принц», «Золотий ключик», «Русалочка», «Снігова королева».*

7. ***Презентаційна (іміджева) функція*** – здатність рекламного імені створювати позитивне враження, що надалі сприяє підвищенню іміджу компанії, створенню символічного образу торгової марки, що уособлює корпоративну філософію й унікальну PR-пропозицію, наголошує на особливостях і перевагах продукту/фірмової марки морозива: «*Be cool!», «Be style!», «Grandi*» (італ.-«чудово»), *«Золотий стандарт», «Гран-прі».*

8. ***Гарантійна функція*** передбачає обов'язкове дотримання і відповідність якості морозива встановленим стандартам: «*Пломбір на вершках та жовтках», «Ескімо в глазурі», «Справжній пломбір».*

9. ***Охоронно-юридична функція*** має на меті захист і монопольне право на використання імені кондитерського виробу, що гарантовані власникові зареєстрованого товарного знака; ця функція так само застосовується в боротьбі проти не доброчесної конкуренції.

Діаграма 1 демонструє кількісні пропорції функціонального навантаження рекламного імені на позначення найменувань вітчизняного морозива від популярних торгових марок «ТМ Рудь», «ТМ Ласунка», «ТМ Лімо» та регіональних підприємств чи фірм – виробників морозива («ФМ Ласка», «ФМ Хладопром»). Проведений статистичний аналіз досліджуваних комерційних номінацій засвідчив, що презентаційна, інформативна, ідентифікувальна, сугестивна, атрактивна, охоронно-юридична функція, по суті, є універсальними, а гарантійна, естетична, експресивно-емоційна є частотними, але не завжди обов'язковими в кожному окремому випадку.



Діаграма 1. Функції комерційних назв українського морозива

Для визначення факторів вербальної і візуальної привабливості комерційних назв українського морозива й асоціацій, пов'язаних з ними, на персональній сторінці соціальної мережі Інстаграм (@teacher.aleksandrovna) серед читачів (друзі, підписники) було проведене опитування, в якому взяли участь 168 осіб віком від 14–23 роки [4, с. 98]. На головне запитання анкети «*Чи орієнтуються споживачі частіше на назву морозива при виборі покупки, чи на упаковку товару?*» переважна більшість відповідей засвідчила свою прихильність у бік назви улюблених солодощів. Результати проведеного опитування виявили цікаві тенденції щодо споживацьких симпатій: а) найменшу увагу респондентів привертають назви морозива з вказівкою на основні чи додаткові інгредієнти, як напр.: «*Ванільне», «Суничка», «Крем-брюле», «Плодово-ягідне», «Вершкове», «Білоруський пломбір», «Вафельний ріжок», «Люкс-полуниця»* (9%); б) так само не мали особливого комерційного успіху в молодіжної аудиторії назви, які апелюють до консервативних найменувань («*Хрещатик», «Каштан», «Ескімос», «Ескімо в глазурі», «Пломбір 100%», «Главхолод»*) (17%), хоча цілком позитивно сприймаються ті, що навіюють дитячі спогади: «*Пустунчик», «Дитяче», «Корівка», «Дракоша*») (33%); в) найбільшу популярність мають назви, які асоціюються з розкішшю («*Гран-прі», «Люкс», «Імперіум», «Магнат»*), країнами, місцями, нібито еталонними для цього натурального продукту («*Монако», «Мохіто», «Каліфорнія», «Неаполь*», «*Шербет султана*») (37%), або які мають у своєму складі римування чи елементи мовної гри, каламбуру («*Рожок-дружок», «Любабуба», «Малюк-ам», «Корівка Му-ууу», «Хладик»)* (16%), або апелюють до прецедентних феноменів, як кінематографічний дискурс, герої мультиплікацій чи казок, сценічні персонажі (*«Три горішки», «Дика орхідея», «Пташине молоко», «Три ведмеді», «Золотий ключик», «Білосніжка», «Корольлев», «Тедді», «Теремок»)*. Так само у відповідях респондентів фіксувалася доволі стійка тенденція до сприйняття / несприйняття того чи того виду кондитерського або молочного виробу як товару для придбання, пов'язана з так званим конфліктом форми (план вираження) і змісту (план змісту): приваблива комерційна назва – непривабливий зовнішній вигляд морозива або ж візуального оформлення етикетки чи, навпаки, коли зовнішнє оформлення товару або логотипу виробника не відповідають комерційній назві. Причина такої реакції частково пояснюється, на нашу думку, тим, що при виготовленні логотипу, створенні слогану або дизайну етикетки чи розробленні Web-сайту торгової марки головна опора передовсім мала б бути на комерційну назву, яка вже сама по собі є цінним активом поряд із самим брендом вітчизняного морозива.

Результати експериментального дослідження, спрямовані на визначення комунікативно-прагматичного впливу рекламних імен на адресата й визначення асоціативного потенціалу досліджуваних комерційних назв на позначення українського морозива дозволяють говорити про багатоплановість семантики рекламних імен. Зокрема учасникам експерименту через Google форму була розіслана інструкція: *«Будь ласка, з пропонованого переліку слів напроти кожного зазначте, які асоціації, пов'язані з цим словом, вам першими спадають на думку?»*. Словами-стимулами в цій серії експерименту виступили досліджувані комерційні назви на позначення українського морозива. На цій підставі було виокремлено типи найбільш поширених асоціацій: а) власне ономастичні, що акцентують споживацьку увагу виключно на об'єкті рекламування («*Хрещатик», «Каштан», «Ескімос», «Пломбір 100%», «Главхолод»*); б) внутрішні, коли асоціативні реакції пов'язані з внутрішньою мотивацією об'єкта асоціювання («*Ванільне», «Суничка», «Фісташковий рай» «Вафельний ріжок», «Люкс-полуниця»*); в) контекстуальні асоціації, переважно пов'язані з рекламним текстом, асоціативний потенціал якого сприяє появі нових конотацій, які «оживлюють» чи оновлюють уже існуючі (*«Пустунчик», «Дитяче», «Дракоша*», «*Пташине молоко», «Золотий ключик», «Білосніжка»*); г) асоціації із «затемненою» семантикою (*«Grandi*», *«Їж в шапці», «Русалочка», «Рахат-Лукум»*) мають

місце у відповідях, коли комерційна назва морозива не інтерпретується відповідно до задуму номінатора. У таких випадках частіше відбувається актуалізація іншого значення (відмінного від задуму виробника), що призводить до неточного або помилкового образу рекламованого об'єкта.

Попередні висновки з проведеного асоціативного експерименту, у свою чергу, дозволили сформулювати наукове припущення про те, що вдала комерційна назва на позначення кондитерських або молочних виробів повинна бути не стільки інформативною, скільки оригінальною, максимально стислою і неодмінно викликати позитивні емоції і спогади. Скажімо, та чи та комерційна назва морозива, яка позитивно сприймалася мовною свідомістю опитуваних, була позаяк націлена на актуалізацію певного кола асоціацій, що формували у свідомості покупця привабливий образ цього кондитерського або молочного виробу. Спостерігалася так само стійка тенденція, що чим більш позитивними і приємними були ці асоціації і чим більше вони апелювали до позитивних емоцій (радість, задоволення, довіра, розчулення), тим краще комерційна назва виконувала такі свої комунікативно-прагматичні функції, як атрактивну, іміджеву, експресивно-емоційну й сугестивну.

Прикінцева серія завдань експериментальної роботи була спрямована на виявлення критеріїв ефективності комерційної назви морозива і/або ступеня складності декодування рекламного імені респондентами й апробована в межах методики факторного аналізу. За цією методикою повторення тих самих відповідей різними опитуваними слід тлумачити як прояви певної закономірності у сприйнятті рекламного імені, а отже, тоді вони підлягають уніфікації, тоді як відповіді близькі за змістом, але такі, які відрізняються формулюваннями приймаються, як різні через імовірні нюанси розуміння. Згідно з цим опитуваним було запропоноване запитання: «*Якою, на вашу думку, має бути ідеальна назва морозива?*» що дало можливість за відповідями встановити характерні ознаки ефективної комерційної назви морозива: «*бути оригінальним», «бути зрозумілим», «бути благозвучним»* (18–20%), *«подобатися», «не викликати неприємних асоціацій», «викликати думки про приємне після придбання»,* «16–18%), «*красиво звучати», «бути образним», «не бути двозначним», «викликати образ відповідного товару», «не бути занадто довгим, щоб краще запам'ятовуватися »* (12%), «*легко вимовлятися», «викликати бажання зробити покупку», «бути зрозумілим про те, що продається під цим товаром»* (14%), «*відповідати специфіці пропонованого товару», «викликати бажання відвідати крамницю, торгову точку з такою назвою», «не бути набридливим чи надокучливим»* (2–8%), «*бути українського походження», «легко відмінюватися», «бути естетично привабливим», «бути інформативним», «не бути двозначним», «сприяти розумінню, що саме продається під цим товаром», «містити інформацію про товар»* («12%). Виходячи з того, що одне з ключових правил брендингу полягає в тому, що назва повинна бути зі смислом і втілювати головну ідею торгової марки й унікальність ідеї комерційної пропозиції, інформантам було запропоновано оцінити ефективність візуалізації тої чи тої комерційної назви вітчизняних «ТМ Рудь», «ТМ Ласунка», «ТМ Лімо», «ТК Три ведмеді» і регіональних підприємств чи фірм – виробників морозива «ФМ Ласка», «ФМ Хладопром» (за зразками джерельно-ілюстративної бази). Нас цікавило наскільки вдалою, на думку споживачів, є кореляція між словесною назвою, логотипом виробника, упаковкою відповідного кондитерського чи молочного виробу, рецептури і технологій, рекламних слоганів, словом, усіх тих важливих складників, які дозволяють покупцям відрізнити одну торгову марку, компанію від іншої. Прокоментуємо логотипи нас рис. 1 і 2:



Рис. 1. Логотип ТМ «Рудь»



Рис. 2. Логотип ТК «Три ведмеді»

Споживацькі симпатії, пов'язані з асоціативними реакціями, естетичними властивостями, виразністю, запам'ятовуваністю, приємними візуальними враженнями і відповідним їхнім словесним позначенням, а також рівнем складності декодування рекламного імені розподілилися зі значною кількісною перевагою на користь: «ТК Три ведмеді» (76%) проти «ТМ Рудь» (24%). На підставі аналізу наукового фонду з психології візуального, аудіального й ментального сприйняття рекламних найменувань, а також за результатами наданих відповідей, виокремимо основні моменти, пов'язані з оцінюванням досліджуваних комерційних назв як неефективних чи невдалих:

1. *Наявність негативних або недоречних асоціацій* і, як наслідок, – небажання покупця придбати пропонований продукт або товар.

2. *Типовість комерційної назви,* яка проявляється або у звучанні, або графічному зображенні і не дозволяє споживачеві відрізнити одну торгову марку, компанію чи продукт від іншої, аналогічної.

3. *Непрозорість семантики*, оскільки для споживачів деякі маловживані слова з ряду прецедентних імен або іншомовних запозичень, особливо не адаптованих і наведених латиницею, є просто незрозумілими (наприклад, назва *«la Facilite»* (легкість) багатьма сприймалася як щось французьке, не кажучи про те, що в основній своїй масі інформанти просто були не спроможні правильно прочитати це слово). Тому в більшій мірі ефективними є саме ті комерційні назви, що зрозумілі значній частині споживачів або конкретній цільовій аудиторії.

4. *Складність візуального сприймання.* Як відомо, всі торгові марки, фірми-виробники є добре впізнаваними і значну роль тут відіграє логотип або етикетка, при сприйманні яких задіюється зоровий або слуховий канал (при радіо чи телерекламі). Успішна комерційна назва, з одного боку, повинна бути легко розпізнаваною на зір і приємною на слух, з іншого, що особливо важливо у випадках, коли комерційною назвою виступає слово, – новим копірайтерським конструктом або авторським неологізмом, як у випадках з ТМ «Рудь» і «Лімо».

5. *Складність вимови*. Слово повинно бути максимально зручним з погляду вимови, тому «ФМ Хладопром» виявилася малоефективною з позиції аудіального сприйняття й артикулювання. На думку інформантів, вона погано сприймається на слух, неблагозвучна, громіздка, складна для вимови через збіг кількох приголосних, що не типово для української фонетики, до того ж занадто довга, як для позначення кондитерського або молочного виробу.

6. *Неправильний вибір шрифту.* Логотип торгової марки або дизайн етикетки повинні бути оформленні шрифтом, який легко читається, а не виглядає надто хитромудрим, до того ж візуально краще сприймається назва написана з малими літерами порівняно з тими, які оформлені тільки великими (пор.: «*Три ведмеді»* і *«ПУСТУНЧИК*»). Так само візуально гірше сприймаються найменування, які складаються лише з літер, що за своїм накресленням виходять за межі рядка.

7. *Не інформативність / мотивованість назви*. Інформативність комерційної номінації – це фіксовані мовною свідомістю зв'язки між характеристиками об'єкта і його назвою, тому важливо, щоб потенційний покупець, побачивши назву, одразу зрозумів, що йому пропонують. Найвищим рівнем інформативності наділені комерційні назви на позначення морозива з прямою номінацією або вказівкою на інгредієнти, як: «*Ванільне»,«Суничка»,«Плодово-ягідне»,«Вафельний ріжок»,«Люкс-полуниця», «Ескімос», «Пломбір 100%», «Ескімо в глазурі», «Справжній пломбір»*, тоді як менш інформативними є позначені цифрами, буквами, навіть якщо ці назви відображають порядок номінантів у просторовому, хронологічному, престижному або якомусь іншому відношенні: *«100% хайп!», «Білоруський пломбір», «Ірландське морозиво», «Львівське», «XXL», «Be cool!».*

Ще один момент, пов'язаний із невідповідністю місця, часу або загальної концепції рекламованого товару, що так само, на нашу думку, ускладнює подальше позиціонування нової торгової марки або фірми-виробника на вітчизняному ринку кондитерських або молочних виробів: невдале, недоречне місце розташування може відштовхнути потенційного споживача або покупця, який, скажімо, не очікує побачити потрібні йому товари або продукти у крамницях, торговельних мережах чи інших локаціях із неадекватною назвою для продажу кондитерських або молочних виробів.

Висновки. Ефективне рекламне ім'я того чи того бренду українського морозива слугує маркером і важливим компонентом його комерційного успіху, адже в арсеналі імені вже наявна значна кількість засобів впливу, закладених у загальну маркетингову концепцію виробника, яка створює образ товару, концентрує втілення цінностей компанії чи торгової марки, Досліджуючи питання функційної значущості рекламного імені

і визначаючи параметри ефективності тих чи тих комерційних назв українського морозива із залученням широкого ілюстративного матеріалу, дійшли висновку, що всіх їх передовсім поєднує комунікативно-прагматична скерованість і належність мові реклами. Кількісні пропорції функційного навантаження рекламного імені на позначення назви морозива від українських виробників («ТМ Рудь», «ТМ Ласунка», «ТМ Лімо», «ТК Три ведмеді», «ФМ Ласка», «ФМ Хладопром») свідчать, що презентаційна, інформативна, ідентифікувальна, сугестивна, атрактивна, охоронно-юридична функція є універсальними, а гарантійна, естетична, експресивно-емоційна є частотними й не завжди обов'язковими. Відтак функційне призначення рекламних імен здебільшого накладає певний відбиток на їх семантику або форму. Престижність кондитерського чи молочного виробу або статусність вітчизняного виробника підкреслюють найменування морозива з використанням прецедентних імен відомих або історичних постатей, міфологічних, казкових персонажів, або елітних і фешенебельних топонімів, екзотичних фітонімів, зменшувально-пестливої лексики, що не лише характеризують об'єкт рекламної номінації, а й мають значні можливості для реалізації атрактивної, експресивно-емоційної та презентаційної функцій. Аналізуючи найуживаніші паралінгвістичні засоби й визначаючи їх функції і мотивацію споживачів щодо надання переваги тому чи тому зображальному і словесному компоненту при оформленні рекламного імені, виявили, що інфографічні засоби надають йому додаткових семіотичних потужностей, тоді як їх зменшення, навпаки, посилює внутрішню мотивованість самої комерційної назви, а різноманітність комбінацій вербальних й аудіовізуальних компонентів забезпечує її інформативний і впливовий потенціал.

Проведене дослідження засвідчило, що вдала комерційна назва морозива має бути передовсім привабливою, «солодкою», такою, що легко запам'ятовується, а отже, ключовими інструментами впливу на емоційний стан споживача лишаються: а) апеляція до позитивних емоцій (радість, задоволення, довіра, розчулення); б) намагання привернути увагу, здивувати або в) навіяти приємні спогади. Водночас оригінальність творчих ідей і гнучкість дискурсу сучасної комерційної реклами дозволяє копірайтерам створювати оказіональні слова, неологізми, ініціювати появу креативного й ігрового елементів у контексті цілісної маркетингової стратегії виробника українського морозива. Креативність у рекламному процесі, по суті, є комунікативно-прагматичним наслідком творчої співдіяльності колективного автора – копірайтер, дизайнер, фотограф та іміджмейкер. Цілком очевидно, що саме наявність креативної ідеї істотно підвищує ефективність маркетингових інструментів, адже завдяки творчій складовій розширюється культурно-комунікативне поле рекламованого продукту чи послуги, збільшується потенціал їх споживчої привабливості. Позиція торгової марки або компанії в цьому випадку стає фактично унікальною. *Перспективу подальших досліджень* вбачаємо в розробленні методики визначення зорового образу й фоносемантичного аналізу комерційної назви з використанням відповідного комп'ютерного забезпечення.

Список літератури:

1. Арешенкова О.Ю. Комунікативно-прагматичні та стилістичні параметри рекламного тексту: дис. … к.філ.н. Кривий Ріг, 2016. 230 с.

2. Горіна Жанна, Леонтьєва Ірина. Рекламне ім'я як об'єкт наукової рефлексії. *Лінгвістика й лінгводидактика: здобутки і перспективи розвитку:* матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. молодих науковців. URL: http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/13381/1/%d0%93%d0%be%d1%80%d1%96%d0%bd%d0%b0%20%d0%96%d0%b0%d0%bd%d0%bd%d0%b0%2c%20%d0%9b%d0%b5%d0%be%d0%bd%d1%82%d1%8c%d1%94%d0%b2%d0%b0%20%d0%86%d1%80%d0%b8%d0%bd%d0%b0.pdf (дата звернення 27.10.2023).

3. Горіна Жанна, Поп Анна. Лексичні прийоми створення комерційних назв українського морозива. *Збірник наукових праць студентів та магістрантів ННІ української філології та журналістики Камянець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.* URL: http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/6870/1672734412185_Stzbukrfil_12_2022.pdf? (дата звернення 27.10.2023).

4. Леонтьєва І.О., Горіна Ж.Д. Рекламне ім'я українського морозива: секрети комерційного успіху. *Актуальні проблеми журналістики*: зб. наук. пр.: за матеріалами Всеукр. студ. наук. онлайн – конф. Полтава, 2021. URL: https://drive.google.com/file/d/12Yi15NOw1rfhE6Y096eyskTGuI2KoCRr/view (дата звернення 27.10.2023).

5. Klink R. R. Creating meaningful new brand names: a study of semantics and sound symbolism. *Journal of Marketing: Theory and Practice.* Vol. 9 (2). 2019. – Pp. 63–80.

Horina Zh. D. COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC NATURE OF COMMERCIAL NAMES OF UKRAINIAN ICE CREAM

The article is devoted to the determination of the essential nature of the phenomenon «advertising name» from the standpoint of the general theory of nomination, onomastic terminology and brand communications, in particular, in the aspect of the manufacturer's holistic marketing strategy regarding the development of a new successful name. On a broad illustrative basis, using the method of factor analysis, the results of an associative experiment the criteria for the effectiveness of the commercial name of ice cream and / or the degree of complexity of decoding the advertising name, factors of verbal and visual attractiveness of popular commercial names of Ukrainian ice cream (the presence of negative or inappropriate associations, atypical and /or opaque semantics, difficulty in visual perception or pronunciation, incorrect choice of font, absence and /or presence of informativeness) as well as the types of stable consumer associations connected with them (onomastic, internal, associations with obscured semantics) are determined. The component analysis of the studied names of Ukrainian confectionery or dairy products – commercial names of ice cream allowed the author to establish that the advertising name is able to perform a number of functions in the field of advertising communication, namely: informative, attractive, suggestive, expressive-emotional, aesthetic, guarantee, image, identifying. It is proved that the prestige of a confectionery or dairy product or the status of a domestic manufacturer is emphasized by the name of ice cream using precedent names of famous or historical figures, mythological, fairy-tale characters, or elite and fashionable toponyms, exotic phytonyms, diminutive vocabulary, which not only characterize the object of the advertising nomination, but also have significant opportunities for the implementation of attractive, expressive-emotional and presentation functions. The markers of commercial success of the advertising name of well-known Ukrainian ice cream brands "TM Rud", "TM Lasunka", "TM Limo", "TC "Three Bears" have been clarified, namely: a successful commercial name of ice cream should be not so much informative as original, as concise as possible, with an attractive visual design of the label or manufacturer's logo, "sweet", that is, easy to remember, and therefore key tools for communicative and pragmatic influence on the emotional state of the consumer there remains: a) appeal to positive emotions (joy, pleasure, trust, tenderness), b) attempts to attract attention, surprise, or c) evoke pleasant memories.

Key words: *advertising name, commercial name, pragmonym, brand communications, naming, Ukrainian ice cream, communicative and pragmatic influence.*

УДК 272/273:004.738.5
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/41

Мина Ж. В.
Національний університет «Львівська політехніка»

Малетич Д. В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ З АБІТУРІЄНТАМИ ПРИ ВСТУПІ В МАГІСТРАТУРУ

У статті проаналізовано інформаційне забезпечення комунікації з абітурієнтами при вступі в магістратуру. Показано глобальну мережу Інтернет як таку, яка відіграє важливу роль для вдосконалення комунікації без територіальних кордонів. Підкреслено, що в сучасному світі одним із ключових напрямків представлення вступникам спеціальності є проведення професійної орієнтації, використовуючи інформаційно-комунікаційні технології. Наголошено на тому, що профорієнтація важлива і при вступі в магістратуру, яка дає можливість покращити свій кваліфікаційний рівень, здобути новий досвід, як теоретичний так і практичний. Відкривається більше можливостей для майбутнього працевлаштування, продовження наукових досліджень в аспірантурі та кар'єрного росту. Зазначено, що абітурієнти здійснюють релевантний пошук інформації про вибір спеціальності та ЗВО, тому університети проводять свою інформаційно-комунікаційну діяльність для привернення уваги вступника, застосовуючи вебсайти, соціальні мережі, чат-боти, листівки, буклети і т.д. Здійснено аналіз публікацій по темі. Проаналізовано міжнародний досвід проведення профорієнтації в магістратуру. Зроблено висновки, що під час електронної комунікації зі вступниками, потрібно дотримуватися певних правил, які закріплені в законодавстві, міжнародних стандартах та нормативних документах. Створення чат-боту дозволить оптимізувати діяльність різних структурних підрозділів ЗВО, дозволить виконувати інформаційне забезпечення абітурієнта необхідними даними для успішного вступу.

Ключові слова: *абітурієнт, вступна кампанія, інформація, вебсайт, чат-бот, рекламне забезпечення, інновації, магістратура.*

Постановка проблеми. На сьогодні одним із ключових напрямків представлення вступникам спеціальностей є проведення профорієнтації з використанням інформаційно-комунікаційних технологій. Для ознайомлення абітурієнтів із професіями та вирішенням проблем їх вибору потрібно подавати детальну, цікаву та пізнавальну інформацію.

Значна частина студентів бакалаврату після захисту кваліфікаційних робіт стоять перед вибором: продовжувати навчання на магістратурі чи ні? Причини цих вагань різні, в залежності від конкретної ситуації: не бажання займатись наукою; бажання іти працювати, страх поєднувати навчання з роботою, причини особистісного чи іншого характеру.

Однак, магістратура – це не лише про можливість здобути ще один диплом. Магістратура відкриває широкі перспективи. Вона дає можливість покращити свій кваліфікаційний рівень, здобути новий досвід, як теоретичний так і практичний. Відкривається більше можливостей для майбутнього працевлаштування, продовження наукових досліджень в аспірантурі та кар'єрного росту.

Профорієнтація і на цьому етапі важлива, адже дає можливість абітурієнту прийняти правильне рішення. Абітурієнти здійснюють релевантний пошук інформації про вибір спеціальності та ЗВО, тому університети проводять свою інформаційно-комунікаційну діяльність для привернення уваги вступника, застосовуючи вебсайти, соціальні мережі, чат-боти, листівки, буклети і т.д.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існує достатньо теоретичних досліджень та узагальнень як в українських так і в зарубіжних вчених у питаннях проведення профорієнтаційної роботи. Аналізу цих проблем присвячені праці Журавльової Л. С. та Червоненка К. С. [9], Берка А. Ю. [5], Бикова В. Ю. [6], Мини Ж. В. [11], Москалика Г. Ф. [12], Осадчого В. В. [13], Попова Т. С. [15] та інших.

Т. Попова розкриває основні аспекти проблеми свідомого вибору професії в умовах інформацій-

ного суспільства. Авторка аналізує можливості ресурсів мережі Інтернет, які існують в українському просторі всесвітньої мережі [15, с. 184].

У своєму дослідженні В. Осадчий обгрунтовує педагогічні засади професійного консультування молоді засобами Інтернет [13, с. 10].

Л. Журавльова та К. Червоненко стверджують, що реалізація профорієнтаційної діяльності вимагає застосування чітко визначених форм методів, змісту, залежно від вікових і психологічних особливостей кожної особистості [9, с. 163].

Аналіз джерел показує, що на сьогодні є достатньо грунтовних праць що стосуються профорієнтаційної роботи з молоддю. Автори даної статті зосередили свою увагу саме на дослідженні питання залучення інформаційно-комунікаційних технологій до профорієнтаційної роботи при вступі в магістратуру.

Мета статті полягає у дослідженні питання інформаційного забезпечення комунікації з абітурієнтами при вступі в магістратуру та переваг створення чат-боту.

Виклад основного матеріалу. У Законі України «Про вищу освіту» розглядається характерна особливість освітнього процесу ЗВО [16]. Поняття «вища освіта» означає, що людина пройшла навчальний шлях за обраною спеціальністю у закладі вищої освіти для того, щоб здобути рівень знань та практичних навиків для реалізації майбутнього працевлаштування. У статті 4 зазначеного Закону передбачено, що кожен має право один або декілька разів здобувати вищу освіту, маючи при собі документ, який засвідчує інформацію про закінчення навчання за ступенем повної загально-середньої освіти, бакалавра та магістра.

У Законі України «Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах» (стаття 4) говориться, що доступ до інформації для користувачів, а також можливість надання повноважень для обробки призначає той, кому належить право на інформацію, тобто володільцю. Також у законі підкреслено, що власник системи може гарантувати захист інформації володільцеві, уклавши з ним відповідний договір, ознайомлює користувача з правилами роботи в системі та надає йому доступ до інформації [17].

Електронна комунікація є найбільш затребуваною, популярною та використовується у всьому світі [14, с. 39].

Для проведення електронної комунікації з абітурієнтами під час профорієнтаційної діяльності ЗВО використовують вебсайти, соціальні мережі та чат-боти [10, с. 139].

Вебсайт містить [19, с. 105] кілька вебсторінок інформації про спеціальність, особливості навчання, майбутнє працевлаштування, відгуки, здобутки тощо. Вебсайт повинен мати привабливий дизайн: тексти, кольори, зображення, таблиці тощо. Для того, щоб абітурієнт міг ознайомитись з інформацією, вебсайт потрібно просувати в соціальних мережах, новинах тощо.

Соціальні мережі – це віртуальне комунікативне середовище, де можна обмінюватися своїми думками, розповідями, подіями, просувати бренди, продавати товари, надавати послуги тощо [18, с. 289]. Загалом там проводять багато часу багатомільйонні користувачі. Тому для профорієнтації соціальні мережі є ефективним засобом для інформаційного представлення спеціальностей.

Створення чат-боту має ключові переваги. Так, А. Гавриленко виділяє серед них наступні [7, с. 9]:

– доступність цілодобово 24/7;

– економія часу, тобто швидкий зворотній зв'язок відповідно до заздалегідь розрахованих питань та відповідей для абітурієнта;

– багато користувачів можуть заходити в чат-бот в один час для отримання важливої інформації.

Основні можливості чат-боту для вступника [7, с. 11]:

– після завершення розмови зберігається перегляд користувача;

– діалог між ботом і користувачем здійснюється за розроблених команд;

– зрозумілий та простий інтерфейс;

– комунікація проводиться у неформальному стилі.

Досягнення в профорієнтаційній роботі залежать і від показників якості, які включають:

– достатню інформацію про дану спеціальність;

– мотивацію у професійному виборі вступника;

– ступінь самопізнання та самовизначення вступника щодо вибору спеціальності.

Одним із яскравих прикладів Інтернет-ресурсу, що стосується тематики роботи є освітній чат-бот, який створений Міністерством освіти та науки України для навчальних закладів (http://surl.li/lrixp) (див. рис. 1).

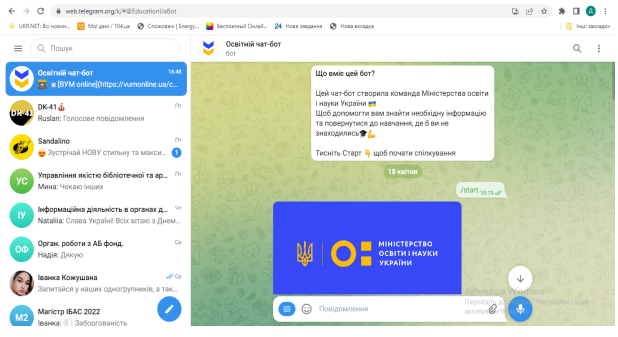


Рис. 1. Телеграм-бот «Освітній чат-бот»

Абітурієнту потрібно вибрати один із двох варіантів за місцем знаходження: Україна чи за кордоном. Якщо в Україні, то потрібно обрати ще область.

Якщо перейти за вказівкою «Про вищу освіту», то можна знайти інформацію про поновлення або продовження навчання у ЗВО, відновлення документів про освіту, вступну кампанію, центр психологічної допомоги, стипендії, навчальні ресурси онлайн, а також можна поставити своє запитання.

На вебсайті «Освіта.UA» на сторінці «Вступ на магістра» (див. рис. 2) подано детальну інформацію про магістратуру. Тут можна пройти тест ЄВІ та ТЗНК попередніх років та звірити правильні відповіді, розрахувати конкурсний бал, ознайомитися з дорожньою картою вступника в магістратуру, переліком спеціальностей та найчастішими питаннями.

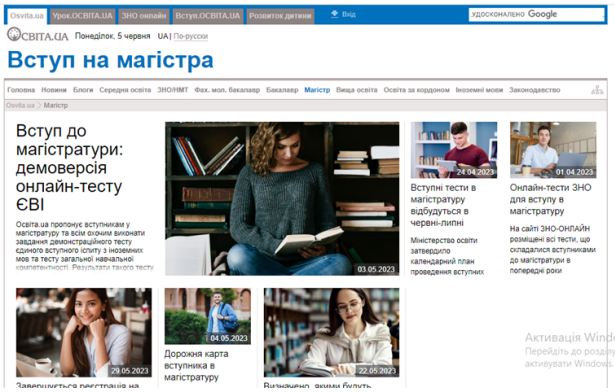


Рис. 2. Вебсайт «Освіта.UA»

Офіційний вебсайт Міністерства освіти та науки України на сторінці «Магістр» подає інформацію у вигляді запитань та відповідей.

Щодо аналізу міжнародного досвіду, то комунікація зі вступниками у різних формах є основним інструментом, що дає можливість проінформувати абітурієнтів про перелік спеціальностей, а також надати їм необхідну допомогу для вибору професії.

При вступі в магістратуру багато закордонних університетів розміщують інформацію на своїх офіційних вебсайтах та соціальних мережах.

Дослідники Супратіп Гхосе та Джагат Джойти Баруа вважають, що Всесвітня павутина перетворилася на багате сховище різноманітної інформації, в якій можна розгубитись і саме штучний інтелект допоможе зменшити тягар пошуку та перегляд інформації користувачами стосовно вступної кампанії [2, с. 3].

Брітц наголошує, що чат-бот як комп'ютерна програма здатна вести діалоги, подібні до розмов між людьми. Він стає дуже популярним та виглядає перспективним не тільки для підтримки бізнесу та промисловості, а й для освітнього закладу [1, с. 1]. Матус Плева та інші зазначають, що чат-бот є альтернативою людській підтримці в Інтернеті, який надає потрібну інформацію, а у випадку більш складних запитів може перенести взаємодію на експерта-людину [4, с. 577].

Незважаючи на те, що більшість інформації доступна в Інтернеті, абітурієнти часто люблять особисто спілкуватися з консультантом [2, с. 4]. У такому середовищі чатовий робот повинен бути розроблений для надання академічних порад. Основною метою такої системи є зручний пошук інформації без необхідності переглядати кілька вебсторінок, щоб отримати відповіді на запитання, що часто задаються.

Прикладом розробленого чат-боту є KENTbot, який розміщений на вебсайті кафедри електроніки та мультимедійних телекомунікацій (Словацька Республіка) (http://kemt.fei.tuke.sk/). Тут можна знайти потрібну інформацію не тільки про вступну кампанію даної спеціальності, а й сучасну діяльність кафедри [4, с. 579].

На сьогодні існують інші методи взаємодії, такі як спілкування електронною поштою та особиста взаємодія, однак це не сприяє миттєвому та персоналізованому спілкуванню для абітурієнтів.

Для організації комунікації з абітурієнтами при вступі в магістратуру потрібно дотримуватися стандарту ISO 21001:2018, який визначає вимоги щодо забезпечення системи якості освітнього закладу, а також надає послуги для потреби не тільки для навчального процесу, а й для вступної кампанії, які будуть корисними та цікавими [8]. Також ці питання розробляє технічний комітет ISO/IEC JTC 1/SC 36 Information technology for learning, education and training, що має 8 робочих груп, які займаються стандартизацією стосовно інформаційних технологій освіти [3].

Висновки і пропозиції. Таким чином, досвід вступних кампаній показує, що важливою є про-

форієнтація не тільки на бакалаврат, а й в магістратуру, адже від цього залежить кількість зацікавлених абітурієнтів, які мають бажання продовжити навчання за тією ж або іншою спеціальністю та таким чином отримати можливість вдосконалити свої здібності та навики. Університети використовують різні методи для комунікації зі вступниками, зокрема вагоме місце відводиться вебспілкуванню.

Для того, щоб електронна комунікація зі вступниками пройшла успішно, потрібно дотримуватися певних правил, які закріплені в законодавстві, міжнародних стандартах та нормативних документах. Створення чат-боту дозволить оптимізувати діяльність різних структурних підрозділів ЗВО, дозволить виконувати інформаційне забезпечення абітурієнта необхідними даними для успішного вступу. Особливо це актуально в умовах повномасштабної війни в Україні, адже нововведення у вступній кампанії можуть бути для контингенту абітурієнтів незрозумілими і спричинити певні труднощі.

Список літератури:

1. Britz D. Deep Learning for Chatbots. Part 1, WILDML. Artificial Intelligence Deep Learning and NLp. 2016, 6 p.
2. Ghose S., Barua J. J. Toward the implementation of a topic specific dialogue based natural language chatbot as an undergraduate advisor. In 2013 International Conference on Informatics, Electronics and Vision (ICIEV). 2013. P. 1–5. http://doi.org/10.1109/ICIEV.2013.6572650 (дата звернення: 18.08.2023).
3. ISO/IEC JTC 1/SC 36 Information technology for learning, education and training. ISO. URL: https://www.iso.org/committee/45392.html (дата звернення: 19.08.2023).
4. Ondáš S., Pleva M., Hládek D. How chatbots can be involved in the education process. In 2019 17th International Conference on Emerging eLearning Technologies and Applications (ICETA). 2019. P. 575–580. IEEE.
5. Берко А. Ю., Коляса У. Я. Інформаційне забезпечення інтелектуальних сиситем професійної орієнтації. Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Інформаційні мережі та системи». Том 673, № 1. 2010. С. 41–49.
6. Биков В. Ю. Відкрите навчальне середовище та сучасні мережні інструменти систем відкритої освіти. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 2 : Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання. Київ, 2010. № 9. С. 9–15. URL: http://surl.li/lsgzy (дата звернення: 15.08.2023).
7. Гавриленко А. В. Навчальний чат-бот на платформі Telegram для профорієнтаційної роботи з випускниками коледжу : *робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра : спец. 122 – комп'ютерні науки* / наук. кер. В. В. Шендрик. Суми : СумДУ, 2021. 77 с.
8. ДСТУ ISO 21001:2019 Освітні організації. Системи управління в освітніх організаціях. Вимоги та настанови щодо застосування (ISO 21001:2018, IDT). Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2019. С. 181.
9. Журавльова Л. С., Червоненко К. С. Профорієнтаційна робота з підлітками як умова їх успішної соціалізації. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. Серія: Педагогіка.* Мелітополь. 2013. Вип. 2. С. 161–165.
10. Малетич Д. В., Мина Ж. В. Інформаційне забезпечення комунікації зі вступниками при поступленні в магістратуру ЗВО. Інформаційні та комунікаційні технології в Internet та World Wide Web: матеріали 12-ї Міжнародної наукової конференції ICS-2023. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2023. С. 138–139.
11. Мина Ж. В. Соціальні мережі як засіб інформаційної підтримки учнівської та студентської молоді у навчально-виховному процесі та професійному виборі. *Науковий журнал «Вчені записки Таврійського Національного Університету імені В.І. Вернадського.* Серія: Філологія. Журналістика: Видавничий дім «Гельветика», 2021. Том 32 (71) № 1. Ч. 3, 2021. С. 278–282. URL. http://surl.li/lqyjj (дата звернення: 15.08.2023).
12. Москалик Г. Ф. Філософські засади професійної орієнтації особистості в загальноосвітній школі в системі ринкових трансформацій : автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.10. Національний педагогічний ун-т ім. М. П. Драгоманова. К., 2009. 19 с.
13. Осадчий В. В. Педагогічні засади професійного консультування молоді засобами Інтернет: дис... канд. пед. наук: 13.00.04 / Вінницький держ. педагогічний ун-т ім. Михайла Коцюбинського. Вінниця, 2005. 20 с.
14. Остапчук Ю. Роль електронної комунікації в інформаційному суспільстві. *Вісник Книжкової палати*. 2016. № 5. С. 38–40.
15. Попова Т. С. Реалізація професійної діяльності шляхом застосування сучасних засобів інтернет-технологій *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. 2013. Вип. 17(2). С. 181–190. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tmpvd_2013 (дата звернення: 16.08.2023).

16. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.14 р. № 1556-VII: станом на 28 трав. 2023 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text (дата звернення: 16.08.2023).

17. Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах: Закон України від 05.07.94 р. №80/94-ВР: станом на 01 лип. 2022 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення: 17.08.2023).

18. Хатько А. В. Соціальні мережі як сучасний засіб залучення абітурієнтів до ВНЗ. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Сер. : Педагогічні науки.* Вип. 1. Бердянськ, 2015. С. 285–293.

19. Шаров С. В., Хрептус В. С. Загальні принципи створення веб-сайту. *Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення:* зб. тез доповідей Міжнар. наук. Інтернет-конф. (м. Тернопіль, 13 листопада 2018 р.). Тернопіль, 2018. Т. 33. С. 104–106.

Myna Zh. V., Maletych D. V. INFORMATION SUPPORT FOR COMMUNICATION WITH APPLICANTS UPON ADMISSION TO A MASTER'S PROGRAM

The article analyzes the information support for communication communication with applicants upon admission to a master's program. The global Internet is shown as such, which plays an important role in improving communication without territorial boundaries. It is emphasized that in today's world, one of the key areas of presentation to entrants of the specialty is professional orientation using information and communication technologies. It was emphasized that career guidance is also important when entering a master's program, which provides an opportunity to improve one's qualification level and gain new experience, both theoretical and practical. It opens up more opportunities for future employment, continuing scientific research in graduate school, and career growth. It is noted that applicants conduct a relevant search for information about the choice of specialty and higher education, therefore universities conduct their information and communication activities to attract the attention of applicants, using websites, social networks, chatbots, postcards, booklets, etc. An analysis of publications on the topic was carried out. The international experience of career guidance for the master's degree is analyzed. It was concluded that during electronic communication with entrants, it is necessary to follow certain rules, which are enshrined in legislation, international standards and regulatory documents. The creation of a chat-bot will allow to optimize the activities of various structural divisions of the Higher Education Institution, will allow to provide information to the applicant with the necessary data for successful admission.

Key words: *applicant, admission campaign, information, site, chatbot, advertising support, innovation, master's program.*

УДК 338.47
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/42

Пасічник М. С.
Українська академія друкарства

Мина Ж. В.
Національний університет «Львівська політехніка»

Мина М. А.
Українська академія друкарства

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОСЛУГ «НОВОЇ ПОШТИ» ТА ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ

У статті проаналізовано інформаційне забезпечення послуг українських відділень зв'язку в мережі Інтернет. Зазначено, що «Укрпошта» та «Нова пошта» є на сьогодні лідерами на ринку доставки та електронної комерції в Україні. Поштовий зв'язок залишається і має свою унікальну сферу застосування, де він є найкращим та найзручнішим засобом комунікації. Підкреслено, що «Нова Пошта» представляє собою українську міжнародну групу компаній з логістики і пов'язаних послуг для бізнесу та приватних осіб та на сьогодні є лідером експрес-доставки за числом посилок в Україні. Послугами «Нової пошти користується кожен третій українець, отримуючи товари через Інтернет або ж надсилаючи відправлення рідним та близьким. Зазначено, що Інтерфейс сайту компанії зручний для користування, потрібну інформацію можна знайти у відповідних рубриках. Визначено недоліки та позитивні сторони. Досліджено, крім профільної сторінки, спільноту «Гуманітарна пошта України», яка є соціальною ініціативою компанії «Нова Пошта» та дозволяє перевозити вантажі для волонтерів. Тут можна знайти дані про волонтерські відправлення, найвідоміші волонтерські групи України, статистику відправлених вантажів, корисні поради по логістиці. Зазначено, що за допомогою послуг міжнародної доставки «Нова Пошта Глобал» можна відправляти та отримувати документи, відправлення та вантажі з усього світу в Україну і навпаки. Проаналізовано перспективи впровадження інновацій та конкурентноспроможність на ринку поштових послуг. Визначено потреби доставки товарів за такими оптимальними критеріями, як швидкість, зручність та доступність. Зроблено висновки про важливість інформаційного забезпечення послуг поштового зв'язку в мережі Інтернет, оскільки це сприяє зростанню популярності, своєчасній подачі актуальної інформації та сприяє зворотньому зв'язку з клієнтами через соціальні мережі.

Ключові слова: *інтернет, сайт, соціальні мережі, послуги, доставка, пошта, зв'язок, логістика, інновації.*

Постановка проблеми. Поштовий зв'язок залишається актуальним хоча його роль і характер змінилися з тих часів, коли пошта була основним засобом комунікації. Залишається важливою доставка листів і пакетів на внутрішніх та міжнародних маршрутах, яка є найбільш доступним засобом для відправки фізичних повідомлень. Поштові служби та кур'єрські компанії відіграють ключову роль у доставці товарів, яка збільшилась із зростанням електронної комерції. Поштові служби надають послуги логістики та гарантії фірмам оптимально впорядковувати складний ланцюг постачання. Технологічні рішення дозволяють відстежувати вантажі в режимі реального часу. Багато поштових служб надають послуги грошових переказів і фінансових послуг. Під час глобальної пандемії COVID-19 актуалізувалась доставка лікарських засобів і медичних виробів через поштовий зв'язок.

Особливо хотілось би підкреслити культурний обмін і громадські послуги, які сприяють спілкуванню та розширенню міжкультурних зв'язків. Важливими є демократичні процеси, зокрема можливість для громадян голосувати поштою та висловлювати свої політичні переконання. Для нашої країни це питання є важливим, оскільки через повномасштабну війну багато громадян змушені були виїхати за кордон. Так, громадська мережа «ОПОРА», яка спостерігає за виборчими процесами з 2007 року, шукає альтернативних

способів голосування, які б могли бути застосовані в Україні. Одним із таких способів може стати саме голосування поштою, коли бюлетень надходить листом, заповнюється адресатом і відсилається назад за місцем призначення. Зараз такий спосіб практикують у 18 країнах.

З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій з'явились нові засоби комунікації, такі як електронна пошта, соціальні мережі та миттєві повідомлення, які зменшують обсяг фізичної пошти. Однак поштовий зв'язок залишається і має свою унікальну сферу застосування, де він є найкращим та найзручнішим засобом комунікації.

Рекламно-інформаційне представлення послуг поштового зв'язку на сьогодні є ефективним способом привернення уваги клієнтів, які можуть отримати потрібну інформацію із сторінок в соціальних мережах та сайту пошти. Особливо важливими для комунікації та привернення уваги клієнтів є інформування про тарифи та послуги, безпеку та надійність, важливі технологічні рішення, акції та знижки, співпрацю з бізнесом, екологічні та волонтерські ініціативи, соціальну відповідальність тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідники поштового зв'язку у своїх працях аналізують різноманітні питання: від історії поштового зв'язку [1] до сучасних інноваційних технологій [2]. Як і в будь-якій галузі важливою є термінологічна впорядкованість. Терміни та визначення основних понять поштового зв'язку наведені в численних джерелах [3]. Зазначені визначення, як правило, не збігаються і містять відмінності – від редакційних до принципових Цю проблему спробували вирішити Давидчук-Мандажи І. Л., Парамонов Ю. О., Тарасенко Л. В., Ящук Л. О. Чотиримовний словник термінів та визначень основних понять поштового зв'язку, укладений авторами є першою спробою створення сучасної української науково-технічної термінології поштового зв'язку і призначений для підготовки бакалаврів і магістрів поштового зв'язку [4]. Оптимізацію плану поштових перевезень по критерію мінімуму витрат на транзитних вузлах розглядає Боровик В. Г. [5].

Ящук Л. О. наголошує на економічній доцільності переходу від ручного до автоматизованого сортування письмової кореспонденції [6].

Про відкриття в R&D-центрі (research and development) «Нової пошти» платформи Nova Tech можна дізнатись з публікації Юрасова С. Десять інновацій від «Нової пошти», які зроблять із неї український Amazon. Репортаж із серця R&D-компанії» [7].

На порталі «Гурт», з'явилась публікація-анонс, про те, що 18–20 серпня 2023 р. «Нова пошта» разом з Radar Tech організовують перший хакатон інноваційних рішень для обговорення питання інтеграції штучного інтелекту до кас обслуговування для відправки посилок більш інтерактивно та сучасно [8].

Кушнір О. та Кріль О. дослідили конкурентне середовище на ринку операторів поштового зв'язку та визначили переваги окремих операторів [9].

Мета статті полягає у дослідженні інновацій поштового зв'язку та аналізі інформаційно-рекламного представлення послуг української приватної компанії з логістики ТОВ «Нова пошта».

Виклад основного матеріалу. Інформаційно-рекламне представлення послуг українських відділень зв'язку в мережі Інтернет й збільшення кількості споживачів за рахунок рекламування особливо актуальні на сьогодні. Функціонування держави та ефективний бізнес без поштового зв'язку не можливий. Уряд гарантує надання послуг поштового зв'язку загального користування (універсальних послуг) встановленого рівня якості усім користувачам на території України за тарифами, що регулюються державою (відповідно до статті 6 Всесвітньої поштової конвенції) [10]. Країни-члени конвенції або їхні призначені оператори затверджують та реалізують ефективну стратегію дій у сфері сталого розвитку, приділяючи велику увагу екологічній, соціальній та економічній діяльності на всіх рівнях поштової експлуатації і сприяють привернення уваги до питань, пов'язаних із сталим розвитком у рамках поштових служб. У стандартах безпеки Союзу визначені вимоги безпеки, яких повинні дотримуватись країни-члени та їх призначені оператори. Зокрема, стратегія включає принцип відповідності вимогам законодавства стосовно надання попередніх електронних даних про поштові відправлення, визначені у положеннях про виконання (включаючи вид та критерії ідентифікації поштових відправлень), які затверджуються Адміністративною радою та радою поштової експлуатації згідно з технічними стандартами ВПС (Всесвітнього Поштового Союзу) з обміну повідомленнями (стаття 9 Всесвітньої поштової конвенції) [10]. Що стосується персональних даних користувачів, то вони можуть застосовуватись тільки для конкретних цілей, відповідно до чинного законодавства та відкриватись тільки тим третім сторонам, які також відповідно до чинного національного законодавства мають право отримати доступ до них. Країни-члени та їхні призначені оператори забезпечують конфедеційність та захист персональних даних, відповідно до свого

національного законодавства(стаття 12 Всесвітньої поштової конвенції) [10].

«Нова Пошта» – це українська міжнародна група компаній з логістики та пов'язаних послуг для бізнесу та приватних осіб. Заснована компанія у 2001 році та на сьогодні є лідером експрес-доставки за числом доставлених посилок в Україні. Послугами «Нової пошти користується кожен третій українець, отримуючи товари через Інтернет або ж надсилаючи відправлення рідним та близьким. Швидкість доставки забезпечує широка мережа відділень по всій території України в поєднанні з унікальною схемою організації внутрішньої логістики.

Діяльність «Нової пошти» широко представлена в мережі Інтернет. Інтерфейс сайту компанії зручний для користування. Потрібну інформацію можна знайти в розділах: «Про компанію», «Приватним клієнтам», «Бізнес-клієнтам», «Міжнародна доставка», «Відділення», «Поштамати», «НП Гуманітарна», «Nova Post» та «Вакансії» [11]. В розділі «Про компанію» можна дізнатись останні новини компанії. Зокрема, про те, що запущено нові сервіси відправки з польського поштамату в Україну та можливість відправки з Румунії в Україну за допомогою кур'єра Nova Post. У жовтні 2023 року «Нова пошта» виходить на ринок Словаччини.

На сайті можна дізнатись, як отримати промокод для доставки посилок на передову. Для цього заповнюється форма за покликанням, вказується для якого підрозділу доставка та отримується промокод. Заявка розглядається впродовж двох робочих днів. Характерно, що можна отримати необмежену кількість промокодів, однак на тиждень загальний об'єм відправлень за ними становить до 1000 кг.

Активно позиціонує себе компанія в соціальних мережах. Так, на сторінках Facebook можна знайти оперативну інформації, основні новини та пропозиції. Крім профільної сторінки важливу інформацію можна знайти в спільноті «Гуманітарна пошта України» – це соціальна ініціатива компанії «Нова Пошта», яка дозволяє перевозити вантажі для волонтерів. Тут можна знайти дані про волонтерські відправлення, найвідоміші волонтерські групи України, статистику відправлених вантажів, корисні поради по логістиці [12]. Програма «Гуманітарна пошта України» діє з 2014 року. За цей час Нова пошта доставила власним коштом майже 1 млн посилок для військових. З початку 2023 року програмою разової допомоги «Нової пошти» вже скористались 16 тис. українців та 1500 благодійних фондів і волонтерів [12].

За допомогою послуг міжнародної доставки «Нова Пошта Глобал» можна відправляти та отримувати документи, відправлення та вантажі з усього світу в Україну і навпаки. Сьогодні міжнародним сервісом можна скористуватись у всіх населених пунктах де є відділення «Нової Пошти». Оформивши заявку в особистому кабінеті, клієнт отримує номер заявки та передає у найближче відділення. Після оформлення приходить трекінг-номер, за яким можна відслідкувати шлях посилки на будь-якому етапі доставки. «Нова Пошта Глобал» також відкриває широкі можливості для міжнародного інтернет-шопінгу. За допомогою сервісу «Nova Poshta Shopping» можна замовляти речі з інтернет-магазинів США, Великобританії та Польщі. На даний час продовжуються перемовини з іншими іноземними онлайн-магазинами щодо відкриття експрес-доставок в Україну [13].

В 2023 році в R&D (research and development) «Нової пошти» з`явилась платформа (студія) Nova Tech для залучення нових партнерів з метою розробки та впровадження інноваційних технологій. R&D допомагає зайняти нову нішу на ринку та мати вищі рейтинги. Крім того, R&D дозволяє розробляти нові продукти, послуги, патентні рішення, впроваджувати IT рішення на міжнародних ринках. Серед інновацій «Нової пошти»:

– Поштові дрони. У студії Nova Tech знаходиться один із перших прототипів безпілотного літального апарату для «Нової пошти».

– Поштовий Kinect. «Нова пошта» на етапі тестування відповідних датчиків та систем (взаємодія без дотиків).

– Підсвітка комірок. Разом із партнерами Bitrek (виробник української електроніки) та UIS (українські інтелектуальні системи) розробили рішення підсвітки комірок: після сканування додатку комірка підсвічується і для зручності роботи за кожним працівником зміни закріплюється свій колір світла.

– Поштомат «з обличчям». Робот самостійно приймає в клієнта посилку до 5 кг. Клієнт створює замовлення на відправку в інтернеті (у мобільному додатку або на сайті), після чого оформлює відправку посилки з допомогою робота.

– Роботизоване відділення «Робокс», яке працює на приймання та видачу.

– Нові примірочні. «Нова пошта» тестує нову технологію, коли скло в примірочній затоновується після того, як людина закриває двері зсередини.

– Musoshi – триколісний компактний автомобіль від турецької фірми, який тестує «Нова пошта». Він квадратної форми, що дозволяє йому доставляти велику кількість посилок.

– Роботи-сортувальники в складських приміщеннях. У студії Nova Tech тестуються роботи-сортувальники посилок до 30 кг.

– Термінал, який створює експрес-накладну, роздруковує маркування, яке клієнт клеїть на посилку.

– Коробка-холодильник – b2b рішення для відправки продуктів, яка впродовж 26 годин тримає температуру товарів, попередньо охолоджених до 5 градусів [7].

«Нова пошта» розвивається і завоювала значну частину ринку. У свою чергу «Укрпошта», яка є національним оператором зв'язку в Україні, оновлює принципи своєї роботи, щоб бути конкурентоспроможною на ринку. Тривалий час «Укрпошта була монополістом у сфері послуг поштового зв'язку. Засновником та акціонером АТ «Укрпошта» є держава в особі Міністерства інфраструктури України. В липні 2023 року Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) перерозподілив частину виділеного раніше кредиту для підвищення операційної стійкості «Укрпошти». 22,7 млн євро підуть на закупівлю понад 5000 електровелосипедів та близько 350 вантажівок [14].

«Укрпошта» та «Нова пошта» є на сьогодні лідерами на ринку доставки та електронної комерції в Україні.

При виборі постачальника послуг, споживачі вибирають якість обслуговування і доставки. Основними критеріями оцінки якості повинні бути:

– зручна локація та умови обслуговування;

– надійність і гарантія виконання послуг в зазначені терміни;

– високий рівень сервісу;

– цінова доступність послуг;

– претензійні показники

Серед загальних недоліків компаній поштового зв'язку у їх роботі виділяємо:

– втрата поштових відправлень;

– черги;

– плинність кадрів;

– не зручність місць обслуговування клієнтів тощо.

Підвищення якості послуг є головною метою для всіх компаній, що працюють у сфері поштового зв'язку.

Таким чином, інформаційне представлення послуг поштового зв'язку в мережі Інтернет сприяє зростанню популярності компаній на ринку поштових послуг. Так, маючи офіційний сайт, компанія «Нова пошта» формує позитивний імідж і стає учасником процесу формування інформаційного суспільства. Особливе місце належить соціальним мережам, які стають все більш популярним каналом, що здійснює вплив на аудиторію. «Нова пошта» активно використовує цей канал для формування позитивного іміджу своєї компанії. Визначено актуальні тенденції та інноваційні технології поштово-логістичних послуг.

Список літератури:

1. Руденко Ю.М. Діяльність установ пошти і телеграфу на Правобережній Україні (друга половина XIX – початок XX ст.): дис. … к.і.н.: 07.00.01 «Історія України». Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького, Черкаси, 2018. URL: http://surl.li/lnzfc (дата звернення 05.09.2023).

2. Суханов С. Нова пошта: безпілотні автомобілі-поштомати можуть стати реальністю вже через 3–5 років. 8 липня 2020 р. URL: http://surl.li/loprz (дата звернення 06.09.2023).

3. Vocabulaire poliglotte. Service postal international. Union postale universelle. Berne, 2003 (Багатомовний словник. Міжнародна поштова служба. Всесвітній поштовий союз. Берн, 2003.

4. Чотиримовний словник термінів та визначень основних понять поштового зв'язку: навч. посіб. / Ящук Л.О., Давидчук-Мандажи І.Л., Парамонов Ю.О., Тарасенко Л.В. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010 р. URL: http://surl.li/loqaq (дата звернення 12.09.2023).

5. Боровик В.Г. Проектування перевезень пошти за магістральними маршрутами : навч. посіб. Одеса : ОНАЗ ім. ім. О.С., 2003. 35 с.

6. Ящук Л.О. Оптимізація сортування поштових одиниць: методи, моделі, алгоритми: монографія. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. 137 с.

7. Юрасов С. Десять інновацій від «Нової пошти», які зроблять із неї український Amazon. Репортаж із серця R&D-компанії. 2023-08-03. URL: https://dev.ua/news/nova-pUoshta-1691069152 (дата звернення 16.09.2023).

8. Хакатон інновацій від Нової пошти. Портал Гурт. URL: https://gurt.org.ua/news/grants/89685/ (дата звернення 16.09.2023).

9. Кушнір О., Кріль О. Дослідження конкурентного середовища операторів поштового зв'язку. *Економіка та суспільство*. Електронний журнал. № 32. 2021 р. URL: http://surl.li/lqead

10. Всесвітня поштова конвенція. URL: http://surl.li/loqmb (дата звернення 16.09.2023).

11. Сміливість. Нова пошта: сайт. URL: https://novaposhta.ua/ (дата перегляду 14.09.2022).

12. Nova Poshta Humanitarian. URL: https://www.facebook.com/NPhumanitarian (дата перегляду 14.09.2022)

13. Нова пошта Глобал. URL: https://novaposhtaglobal.ua/ (дата перегляду 14.09.2022).

14. Беннетт Ванора. ЄБРР перерозподіляє українській пошті «Укрпошті» кредит у розмірі 22, 7 млн євро. URL: https://www.ebrd.com/news/2023/ebrd-reallocates-227-million-loan-to-ukrainian-postal-service-ukrposhta.html

Pasichnyk M. S., Myna Zh. V., Myna M. A. INFORMATION PROVISION OF "NOVA POSHTA" SERVICES AND INNOVATIONS IN THE FIELD OF POSTAL COMMUNICATIONS

The article analyzes the information provision of services of Ukrainian communication branches on the Internet. It is noted that «Ukrposhta» and «Nova poshta» are currently leaders in the market of delivery and e-commerce in Ukraine. Postal communication remains and has its unique field of application, where it is the best and most convenient means of communication. It is emphasized that «Nova Poshta» represents a Ukrainian international group of companies in logistics and related services for businesses and private individuals and is currently the leader of express delivery in terms of the number of parcels in Ukraine. Every third Ukrainian uses Nova Poshta services, receiving goods via the Internet or sending items to family and friends. It is noted that the interface of the company's website is easy to use, the necessary information can be found in the relevant sections. Disadvantages and positive aspects are identified. In addition to the profile page, the «Humanitarian Post of Ukraine» community, which is a social initiative of the «Nova Poshta» company and allows transporting goods for volunteers, was studied. Here you can find data on volunteer shipments, the most famous volunteer groups of Ukraine, statistics of shipped goods, useful tips on logistics. It is noted that with the help of Nova Poshta Global international delivery services, it is possible to send and receive documents, shipments and goods from all over the world to Ukraine and vice versa. The prospects for the introduction of innovations and competitiveness in the market of postal services are analyzed. The needs for the delivery of goods are determined according to such optimal criteria as speed, convenience and availability. Conclusions were made about the importance of information provision of postal services on the Internet, as it contributes to the growth of popularity, timely submission of relevant information and promotes feedback to customers through social networks.

Key words: *Internet, site, social networks, services, delivery, mail, communication, logistics, innovations.*

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 070.1: 316. 77 : 355.01
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/43

Скалацька О. В.,
Національний університет «Одеська юридична академія»

ГЕНЕЗИС МЕДІЙНИХ РИТУАЛІВ

В статті досліджується евристичний потенціал медійного ритуалу в сучасному інформаційного простору. Акцентується увага на відсутності єдиного визначення щодо поняття «медійний ритуал» у міждисциплінарному дискурсі. Простежено головні сенси та складові медійного ритуалу на прикладі концепції Аненбергської школи. Звертається увага на можливість використання антропологічної концепції К. Вульфа для розуміння ефекту впливу медійних ритуалів на аудиторію. Зазначається, що з розвитком нових медіа відбуваються значні трансформації у форматах подачі інформації аудиторії. Акцентується увага на тому, що прямий ефір стає не тільки безпосередньою трансляцією сигналу в поточному часі, а й маркетинговою технологією, яку використовують інфлюєнсери, лідери думок для зворотного зв'язку з аудиторією у соціальних мережах. Виокремлено головні особливості медійного ритуалу (гомогенність групи, розмивання просторових та часових меж, об'єднання навколо зацікавленості в певній події). Зазначається, що глобальні медійні ритуали формуються навколо певних медіа особистостей та надзвичайних подій, які вагомі для соціального простору. Встановлено, що інсценування колективних медійних ритуалів відбувається за допомогою технічних засобів. Ритуали можуть бути розподілені на індивідуальні (перегляд інформаційних продуктів, спостереження за певними особистостями, ведення власного акаунту в соціальних мережах), коли людина вводить продукти медіа як частину своїх соціальних практик; та колективні, коли індивіди формують нову аудиторію навколо певної події. Зазначається, що за допомогою інтерактиву індивідуальний ритуал може трансформуватись в колективний, коли буде встановлений зворотній зв'язок між індивідом та спільнотою. Встановлено, що розвиток нових медіа значно розширив можливості репрезентації медіа ритуалів та їх вплив на аудиторію.

Ключові слова: *медійний ритуал, прямий ефір, онлайн трансляція, комунікація, соціальні мережі.*

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток соціальних медіа сприяє поширенню нових медійних практик та трансформації культури медіаспоживання. У віртуальному просторі відбувається оновлення форматів контенту, алгоритму соціальних мереж зі змінами аудіовізуальних форм комунікації. Прямі трансляції, візуалізація контенту, зменшення обсягів текстових повідомлень, вірусний контент, сприяють оновленню медійних ритуалів, які відтворюють соціальні ритуали та практики індивідів.

Питання розгляду генезису медійних ритуалів є міждисциплінарним та досліджується у межах соціальних комунікацій, антропології, психології, соціології, філософії, культурології та інших наук, які від традиційного розуміння ритуалу переходять до аналізу його репрезентацій у медіа. Актуальність дослідження генезису медійних ритуалів обумовлена різноманіттям ритуалів, які поширюються у нових медіа як соціальна практика повсякдення та ефективна комунікація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковий дискурс ґрунтується на низці робіт, у переважній більшості яких аналізується ритуальна комунікація, а не нові медійні ритуали, які є соціальними практиками індивідів. Теоретико-методологічною основою дослідження є комплекс філософських, загальнонаукових і спеціальних методів, що забезпечують аналіз медійних ритуалів у сучасному комунікативному просторі та практиках індивіда. Дослідження медійних ритуалів не отримало поширення в роботах українських вчених. Концепції західних дослідників є підґрунтям теоретичного розуміння різнови-

дів медіаритуалів, які виокремлюють теоретичні питання (структура, визначення) та практичні компоненти [4; 5; 6; 9].

Метою статті є аналіз особливостей генезису сучасних медійних ритуалів, їх використання як ефективної комунікації. Для досягнення мети необхідно виконати наступні завдання:

– розглянути структуру медійних ритуалів у теоретичних концепціях;

– з'ясувати різноманіття медійних ритуалів, виокремити їх комунікативні характеристики.

Виклад основного матеріалу. Наукове обґрунтування сутності ритуалу відбувається у межах антропології, соціології, релігієзнавства і філософії. У цьому випадку ритуал визначали як колективну символічну дію, що регламентується певними правилами. Ритуали виконують інтегративну функцію, об'єднуючи групу, та налагоджуючи зв'язок з надзвичайними силами. Таким чином, вони забезпечують внутрішню та зовнішню комунікацію в групі. Надалі наукові розвідки для розуміння ритуалу у його соціальній проєкції пов'язані з темою медійних ритуалів, формою їх репрезентацією у різних каналах комунікації та повсякденних практиках індивідів.

Теоретичне підґрунтя медійних ритуалів розглядалось у межах Аненбергської школи, яка досліджувала коди повідомлень, їх вплив на поведінку певних груп. Представники цієї школи визначали телебачення новим каналом, який зберігає комунікацію в середині групи та є джерелом «повторюваної і ритуалізованої системи символів, яка культивує суспільну свідомість найбільшої та різнорідної маси народу в історії [5]. На думку засновника Аненбергської школи Георга Гербнера телебачення схоже з релігією, оскільки воно розповідає історії широким аудиторіям та поглинає глядачів з різними світоглядами. Дж. Гербнер обґрунтовує думку, що ритуали є «засобами символічної соціалізації та контролю», вони є «частинами загальної системи повідомлень, яка сприяє розвитку панівних світоглядів (тому ми називаємо це культурою) та регулюють соціальні відносини» [6]. Застосування контент-аналізу дозволило представникам аненбергській школі простежити, що телевізійні системи схожі з міфологічними та релігійними наявністю символічного світу та ціннісних і світоглядних орієнтирів.

Однією з найактуальніших робіт дослідження медійних ритуалів є роботи Джеймса Кері, в яких він обґрунтовує ритуальну модель комунікації. Автор звертає увагу на те, що визначення ритуалу ґрунтується на поняттях «обмін», «спілкування», «загальна віра». Особливістю ритуального спілкування є підтримка спілкування спільноти, а не передача інформаційного повідомлення. Ця функція демонструється у релігійній комунікації, наприклад проповіді, коли певні догмати віровчення поширюються для того, щоб зміцнити релігійну спільноту, контролювати їх дії. Автор наголошує, що газета виконує низку функцій: передавати інформацію як медіа та по-різному впливати на аудиторію. Ритуальний аспект зосереджується на питанні: читання газети є отримання або поширення інформації. Також, важливим є те, що аудиторія, читаючи журналістські матеріали постійно занурюється у нові проблеми та теми, що є «драматичною дією» та спостерігає за подіями. Автор зазначає, що не виникає питань стосовно ефекту повідомлень, актуальним є їх вплив на «структурування життя» читача [4, p. 6–7].

Теоретичні суттєві ознаки медійних ритуалів зазначає німецький антрополог Крістіан Вульф. Він стверджує, що ритуал є формою комунікації, яка дозволяє індивідам «створювати спільноти і організовувати переходи всередині спільноти та між спільнотами» [9]. Ритуал у концепції К. Вульфа є «соціальною композицією, в якій засновується порядок і ієрархія в спільній соціальній дії та її інтерпретації» [9]. К. Вульф розглядає медійні ритуали на прикладі похорон відомого співака Майкла Джексона, та простежує як сучасні технології дозволяють перетворити будь-який ритуал у глобальну подію, Видовищність ритуалу формується у фізичному простору, безпосередньо там, де відбувається подія, та відтворюється у матеріалах медіа, створює медіареальність, до якої долучається негомогенна мільйона аудиторія різних континентів та культурно-релігійною ідентифікацією. Участь в медійному ритуалі дозволяє людині пригадати та відтворювати емоції, які вона відчувала під час проведення цієї події в онлайн режимі. Особливістю висвітлення медійного ритуалу в медіа є вплив на аудиторію: люди відчувають присутність на події, оскільки в них виникають відчуття та емоції, які дозволяють переживати та ділитись певними спогадами з оточуючими, також вони формують спільноту, яка згуртувалась навколо цієї події для подальшої комунікації.

Необхідно зазначати, що опис та категоріальний апарат, який використовує німецький антрополог, є описом нових елементів комунікації, що виникають у медійних ритуалах. Головними властивостями нових типів ритуалу є наступні:

– незалежно від територіального розміщення формується глобальна спільнота;

– відбувається інтеграція рефлексій аудиторії;

– часово-просторове обмеження існування нової спільноти;

– формування аудиторії навколо глобальних особистостей та подій;

– виникнення гетерогенних спільнот, які інтегруються та зберігаються надалі.

Теоретичні підвалини процесів формування медійних ритуалів, які описували традиційні медіа, трансформувались в у нових медіа. Одним з прикладів цих трансформацій є прямий ефір у соціальних медіа, він також є технологією маркетингових комунікацій для залучення аудиторії до перегляду контенту. Прямий ефір (live) транслюється в реальному часі та передає інформацію з місця подій, можливість редагування даних відсутня, аудиторія спостерігає за подіями в реальному часі та приєднується до них, [1, с. 112]. Прямоефірне відеомовлення також має назву відеострім (онлайн-відеотрансяція в режимі реального часу через інтернет), для проведення яких використовують гаджети не залучаючи професійну техніку. Відеострім відрізняються від прямо ефірних телевізійних трансляцій невисокою якістю відео та інтегрованою роботою, яку виконує стример. Також різницю мають прямо ефірні трансляції на телебаченні та в інтернеті, останні є «набагато зручніші й інтерактивніші – тут є можливість обговорити подію в онлайн-чаті, поставити запитання у коментарях, «лайкнути»» [1, с. 114].

На думку української дослідниці О. Ятчук при розгляді телевізійних проєктів необхідно розрізняти прямоефірні (збігається час створення продукту виробником та споживання аудиторією) та інтерактивні (взаємодія з аудиторією може тривати й після прямого ефіру) [6]. Авторка зазначає наступні особливості проєктів жанру телеаналітики в режимі прямого часу: студійне спілкування з перевагами мовної комунікації (відсутність різноманітності в спосібів монтажу); учасниками програми є відомі постаті; «різноманітний рівень взаємодії з глядачем (можливість залучити глядача до розмови (інтерактивний майданчик або теле-, відеодзвінок), а також використання інтернет-комунікації, частіше через соціальні мережі)» та інші [6, с. 22].

Нові звички споживання аудиторії є медійними ритуалами, оскільки дозволяє долучитись до медіаподії у формі її перегляду або коментування. Прикидько О. М. зазначає важливу особливість змін у споживанні сучасних телевізійних новин які демонструють зміну у контенті та вподобання аудиторії. Авторка провела опитування та проаналізувала основні характеристики інтернет-аудиторії інформаційних програм. Це дослідження дозволило визначити зміни, які відбулись у «звичок споживання інформаційних медіа пересічними українцями аудиторії інформаційних програм інтернет-телеканалів: джерелом отримання новин для аудиторії віком від 18 до 35 років є інтернет; «50% глядачів віком від 35 до 55 віддають перевагу традиційному перегляду телевізійних новин»; пристроями для повсякденного перегляду новин у мережі є мобільний телефон, ноутбук та планшет; значно скорочується час перегляду новин, оскільки користувачі надають перевагу «коротким інформаційним сюжетам у соціальних мережах чи на відеоплатформах, ніж повним випускам новин»; перевагою перегляд телевізійних програм у соціальних мережах є можливість залишати коментарі та щохвилинне оновлення новинної стрічки на вебсайтах телеканалів [3, с. 112].

Прикладами медійних ритуалів є прямі трансляції важливих або надзвичайних подій, на яких аудиторії складно бути присутніми у реальному житті. Необхідно зазначити, що прямі трансляції стали популярні серед глядачів спортивних програм та змагань, оскільки вони розширюють можливості охоплення аудиторії та виходять за межі медіа. Збільшення прямих трансляцій, організація спеціальних сервісів та потокова передача мобільного відео вплинули на споживання спортивних подій. Наприклад, медіа-портал Olympic Channel [8] дозволяє комунікувати між собою фахівцям та вболівальникам, прихильникам спортивної тематики. Інформаційний матеріал (новини, програми) доповняються також прямими трансляціями, мобільним додатком та поширенням контенту у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Tik Tok и YouTube). Цей канал є безкоштовним, але певний контент та прямі тарансяції доступні лише передплатникам.

Медійні ритуали формуються навколо явищ природи (виверження вулкана, повне сонячне затемнення та інші) та дослідження космосу. Спостереження за цими подіями у реальному часі може бути небезпечним для аудиторії, або відбуватись у певних важкодоступних територіях. Сучасні технології дозволяють транслювати наживо унікальне природне явище, яке реально можуть спостерігати лише жителі певних регіонів. Онлайн-трансляції у режимі реального часу доступні на

спеціальних сервісах та YouTube. Наприклад, серед аудиторії популярним є YouTube-канал NASA (Національне управління з аеронавтики і дослідження космічного простору) [7], в інтерфейсі якого є прямі трансляції.

Колективні медійні ритуали формують певну аудиторію, сегментування якої розподіляться за інтересами та уподобаннями. У науковому дискурсі одним з головних структурних елементів розуміння ритуалу є його закритість або відкритись для групи. У багатьох культурах до процесу інсценування або деяких сакральних дій було допущено обмежене коло людей. Навпаки, сучасні медійні ритуали долають усі кордони та стають глобальними за допомогою каналів їх репрезентації та технологій. Медійні ритуали в соціальних мережах виконує аудиторія, яка володіє технічними засобами, що дозволяють приєднатись до трансляції, встановити відповідний додаток, мають доступ до інтернету. Таким чином, технічна складова є умовою залуження до медійного ритуалу спостереження за подією. Необхідно враховувати, що існує сегмент аудиторії, який зацікавлений в події, але залишається поза межами ритуалу, оскільки в нього відсутні технічні або фінансові можливості долучитись до перегляду закритих трансляцій.

У сучасному медіапросторі спостерігається трансформація медійних ритуалів, які були притаманні традиційним медіа. Наприклад, отримання інформації зранку з газет або радіо та телевізійних проєктів, репрезентується у нових медіа у практиках скролінгу стрічки новин та перевірки повідомлень у соціальних мережах. Завантаження мобільних додатків, реєстрація у мережі є приєднанням до комунікації та медійних ритуалів, які поширені у форматі цієї соціальної мережі (додавання фотографій, відео, знімання reels, stories, перепост інформації та інше).

Колективні медійні ритуали отримують поширення у соціальних мережах. Це прямі трансляції, до яких долучаються аудиторія. Глобальні медіа ритуали формуються навколо відомих особистостей та надзвичайних подій. Медіаритуал дозволяє індивідам усвідомлювати медіареальність, та обговорювати образи та емоції, технічні можливості дозволяють зануритись у ці події.

IV. Висновки

Сучасне розуміння медійних ритуалів ґрунтується на роботах представників аненбергської школи, яка досліджувала вплив телебачення та кодів, які воно транслює, на світогляд аудиторії, порівнювала телебачення з релігійними ритуалами як символічним світом. Іншу методологію дослідження пропонує К. Вульф у межах антропології, якій визначає ритуал як міметичну дію. Розвиток нових медіа значно розширив можливості репрезентації медіа ритуалів та їх вплив на аудиторію. Це обумовлено тим, що низка соціальних практик репрезентується у реальному та віртуальному просторах. Медіаритуали як і соціальні та релігійні ритуали можна розподілити на індивідуальні та колективні. До перших відноситься спостереження за новинами, певним контентом перегляд у певний час певних програм, комунікація встановлюється між індивідом та медіа, він робить це кожного дня як соціальну практику. За допомогою інтерактивну індивідуальний ритуал може трансформуватись в колективний, коли буде встановлений зворотній зв'язок між індивідом та

Медійні ритуали є соціальними практиками повсякдення та ефективною комунікацією. Так, скролінг стрічки новин є ритуалом, стрімінгові трансляції, використання спеціальних додатків для оформлення акаунту у соціальних мережах та створення контенту (відео, титрування) поєднують у собі технології просування у соціальних мережах та медійний ритуал.

Список літератури:

1. Полісученко А. Ю. Відеостріми на інтернет-сайтах та в соціальних мережах як різ– новид прямоефірного телевізійного мовлення. *Кросмедіа: контент, технології, перспективи: моногр.*; за заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ: ВПЦ «Київський університет». 2018. С. 111–124.

2. Прикидько О. М. Соціально-демографічна характеристика аудиторії новинного інтернет-телебачення в україні. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2017. № 1. С. 110-114. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2017_1_20 (дата звернення 27.10.2023).

3. Ятчук О. Ефективність використання прямого ефіру в аналітичному телемовленні. *Інформаційне суспільство*, 2014. Вип. 19. С. 22–23.

4. Carey J. A cultural approach to communication. Communication. 1975. No. 2. P. 1–22. URL; https://web.mit.edu/211.432/www/readings/Carey_CulturalApproachCommunication.pdf (дата звернення 27.10.2023).

5. Gerbne G., Gross L. *Living With Television:The Violence Profile* Joirrnal of Communication, Spring 1976. URL: https://www.researchgate.net/publication/22223200_Living_With_Television_The_Violence_Profile (дата звернення 27.10.2023).

6. Gerbner G. Television as relegion. URL; https://web.asc.upenn.edu/Gerbner/Asset.aspx?assetID=1639 (дата звернення 27.10.2023).
7. NASA. UTL: https://www.youtube.com/@NASA (дата звернення).
8. Olympic Channel. UTL: https://olympics.com/ru/sport-events/ (дата звернення 27.10.2023).
9. Wulf C. Création mimétique et circulation d'émotions lors de rituels (Mimetic Creation and Circulation of Emotions in Rituals). URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3729120 (дата звернення 27.10.2023).

Skalatska O. V., **GENESIS OF MEDIA RITUALS**

The article examines the heuristic potential of the media ritual in the modern information space. Attention is focused on the lack of a single definition of the concept of "media ritual" in the interdisciplinary discourse. The main meanings and components of the media ritual are traced on the example of the concept of the Annanbelg school. Attention is drawn to the possibility of using K. Wolf's anthropological concept to understand the impact of media rituals on the audience. It is noted that with the development of new media, significant transformations are taking place in the formats of providing information to the audience. Attention is focused on the fact that live broadcasting is becoming not only a direct broadcast of a signal in the current time, but also a marketing technology used by influencers, opinion leaders to communicate with audiences on social networks. The main features of the media ritual are highlighted (homogeneity of the group, blurring of spatial and temporal boundaries, unification around interest in a certain event). It is noted that global media rituals are formed around certain media personalities and extraordinary events that are significant for the social space. It has been established that staging of collective media rituals takes place with the help of technical means. Rituals can be divided into individual ones (viewing information products, following certain personalities, maintaining one's own account in social networks), when a person enters media products as part of his social practices; and collective, when individuals form a new audience around a certain event. It is noted that with the help of the interactive, an individual ritual can be transformed into a collective one, when feedback is established between the individual and the community. It was established that the development of new media significantly expanded the possibilities of media representation of rituals and their impact on the audience.

Key words: *media ritual, live broadcast, online broadcast, communication, social networks.*

Відомості про авторів

Алієва Г. М. – аспірант Бакинського слов'янського університету (Азербайджан)

Алтицева Л. Ю. – кандидат філологічних наук, доцент, старший викладач кафедри ділового українського мовлення Національної академії Служби безпеки України

Аскерова І. А. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри слов'янських, романських і східних мов Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Ахундова К. Б. – доктор філософії з філології, доцент Бакинського слов'янського університету (Азербайджан)

Бадан А. А. – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри ділової іноземної мови та перекладу Національного технічного університету «Харківський політехнічній інститут»

Баранецька А. Д. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності факультету журналістики Запорізького національного університету

Борзова О. Д. – викладач кафедри східних мов ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

Ваховська О. В. – кандидат філологічних наук, доцент, докторант кафедри германської і фіно-угорської філології Київського національного лінгвістичного університету

Вознюк Г. А. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри корейської і японської філології Київського національного лінгвістичного університету

Годжаєва М. А. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри граматики англійської мови Азербайджанського університету мов (Азербайджан)

Горіна Ж. Д. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського

Гусейнова С. Ф. – викладач Азербайджанського університету мов (Азербайджан)

Дементьєва Т. С. – викладач кафедри корейської і японської філології Київського національного лінгвістичного університету

Джалілова Г. Я. – викладач Азербайджанського університету мов (Азербайджан)

Дудник Т. О. – студентка 4 курсу кафедри ділової іноземної мови та перекладу Національного технічного університету «Харківський політехнічній інститут»

Дюкар К. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Заболотська О. В. – кандидат філологічних наук, доцент

Заболотська О. О. – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри англійської філології та світової літератури імені професора Олега Мішукова Херсонського державного університету

Заверюценко М. П. – старший викладач кафедри української мови Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Загороднюк В. С. – кандидат філологічних наук, доцент, Херсонський державний університет

Іванців О. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії і практики перекладу Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

Іщенко Н. А. – доктор філологічних наук, професорка кафедри слов'янської та романо-германської філології Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Козлова В. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської філології та лінгводидактики Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Косович О. В. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри романо-германської філології Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

Костанда І. О. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри китайської філології Київського національного лінгвістичного університету

Костроміна О. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської мови № 2 Національного університету «Одеська морська академія»

Крижановська О. О. – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри української та зарубіжної літератури ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

Літвінчук І. С. – кандидат юридичних наук, асистент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»

Лухіна М. Ю. – старший викладач кафедри української мови Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Лятіфлі С. Б. – докторант відділу азербайджанської літератури XX століття Інституту літератури імені Нізамі Гянджеві (Азербайджан)

Малахова Ю. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри східних мов ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

Малетич Д. В. – магістр кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Національного університету «Львівська політехніка»

Малишева А. А. – магістрантка факультету іноземної та слов'янської філології Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Мамай Ю. Ю. – аспірантка кафедри англійської філології та лінгводидактики Запорізького національного університету

Мина Ж. В. – кандидат історичних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Національного університету «Львівська політехніка»

Мина М. А. – магістр кафедри інформаційної, бібліотечної та архівної справи Української академії друкарства

Москаленко К. В. – аспірант Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Насмінчук І. А. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови ЗВО «Подільський державний університет»

Пасічник М. С. – доктор історичних наук, професор, професор кафедри інформаційної, бібліотечної та архівної справи Української академії друкарства

Пахненко І. І. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Писарська Н. В. – кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри української мови Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Погребенник В. Ф. – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української літератури Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Пономаренко О. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Попова Н. М. – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри романської філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Потріваєва С. І. – студентка 2 курсу магістратури Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Самохвал О. О. – доктор педагогічних наук, доцент, професор кафедри іноземної філології та перекладу Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету

Семенець О. О. – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Середа Ю. С. – магістрантка кафедри романської філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Синєокий А. О. – аспірант кафедри журналістики Запорізького національного університету

Синєокий О. В. – доктор наук з соціальних комунікацій, професор, професор кафедри лінгводидактики та журналістики Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

Сіваєва О. С. – викладач кафедри германської філології факультету романо-германської філології Київського університету імені Бориса Грінченка; аспірантка Київського університету імені Бориса Грінченка

Сізова К. Л. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри лінгводидактики та журналістики Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

Скалацька О. В. – доктор філософських наук, доцент, професор кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»

Тєлєстова С. Г. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Томусяк Л. М. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри сучасної української мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Харченко О. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри медіапродюсування та видавничої справи Київського університету імені Бориса Грінченка

Хміль-Чуприна В. В. – кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач кафедри лінгводидактики та журналістики Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

Шевченко Т. М. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри української літератури та компаративістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Юрчук О. О. – доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української та зарубіжної літератур і методик їх навчання Житомирського державного університету імені Івана Франка

Ярова А. Г. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та філології Сумського державного університету

Науковий журнал

ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО

Серія: Філологія. Журналістика

Том 34 (73) № 5 2023

Коректура • *Н. Пирог*

Комп'ютерна верстка • *М. Михальченко*

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 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 29,10. Ум. друк. арк. 32,55. Зам. № 1123/719
Підписано до друку 24.11.2023. Наклад 150 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
65101, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1
Телефон +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.