

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
УКРАЇНСЬКОЇ ЛІНГВІСТИКИ:
ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА**

*[CURRENT ISSUES
OF UKRAINIAN LINGUISTICS:
THEORY AND PRACTICE]*

XLVII

Засновано 2000 року

***Рекомендовано до друку
Вченою радою
Навчально-наукового
інституту філології
28 листопада 2023 року***

УДК 81.161.2
ББК 81.2 Ук-5

Рецензенти:

С.П. Гриценко, д-р філол. наук, проф.

О.М. Сліпушко, д-р філол. наук, проф.

Я.В. Капранов, д-р філол. наук, проф.

А 44 Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика : зб. наукових праць. Київ: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2023. Вип. 47. 179 с.

У збірнику наукових праць аналізуються актуальні, перспективні, дискусійні питання сучасної лінгвістики в її множинних дослідницьких парадигмах. Видання розраховано на фахівців у галузях філології, філософії, культурології, історії та інших соціогуманітарних дисциплін, а також науковців вищих навчальних закладів.

ISSN 2311-2697 (Print)

ISSN 2523-4870 (Online)

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP>

Наукова індексація та архівування:

BRILL

DOAJ

ERIH Plus

Index Copernicus International

OUCI

Research Bib

ROAD

UlrichsWEB

Свідцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації – Серія КВ № 5755 від 15.01.2002 р. Перереєстровано: **Свідцтво про державну реєстрацію** друкованого засобу масової інформації – Серія КВ № 24318-14158ПР від 24.01.2020 р.

Збірник наукових праць є **фаховим виданням із дисциплін філологічного профілю** (наказ Міністерства освіти і науки України від 07.10.2015 р., № 1021). Категорія "Б"



Цей журнал ліцензовано на умовах Ліцензії Creative Commons
Зазначення Авторства 4.0 Міжнародна

Спеціальність ДАК / міжнародна сертифікація:

філологічні науки (мовознавство) / language and linguistics

соціальні комунікації / social communication

Періодичність: двічі на рік (електронна версія розміщується на сайті видання не пізніше 1 лютого та 1 липня кожного року)



© Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика

Головний редактор:

Л.І. Шевченко, чл.-кор. НАН України, д-р філол. наук, проф.

Відповідальний секретар:

Д.Ю. Сизонов, канд. філол. наук, доц.

Редакційна колегія:

Б.М. Ажнюк, чл.-кор. НАН України, д-р філол. наук, проф.;

Ф.С. Бацевич, д-р філол. наук, проф.;

А. Брацкі, д-р гуманіт. наук, проф. (Польща);

Л.П. Гнатюк, д-р філол. наук, проф.;

Дель Гаудіо Сальваторе, PhD (д-р філософії), габіліт. д-р, проф. (Італія);

В.В. Дубічинський, д-р філол. наук, проф. (Польща);

С.Я. Єрмоленко, акад. НАН України, д-р філол. наук, проф.;

А.П. Загнітко, чл.-кор. НАН України, д-р філол. наук, проф.;

А. Кіклевіч, д-р філол. наук, проф. (Польща);

Т.Ю. Ковалевська, д-р філол. наук, проф.;

Л.Ф. Компанцева, д-р філол. наук, проф.;

О.В. Левко, канд. філол. наук, доц.;

Г.П. Півторак, акад. НАН України, д-р філол. наук, проф.;

Р.П. Радишевський, акад. НАН України, д-р філол. наук, проф.;

М.А. Собуцький, д-р філол. наук, проф.;

Д.М. Станчене, габіліт. д-р гуман. наук, проф. (Литва);

Л. Тантуровска, д-р філол. наук, проф. (Північна Македонія);

О.О. Тараненко, чл.-кор. НАН України, д-р філол. наук, проф.;

Б. Тошович, д-р філол. наук, проф. (Австрія);

А. Фаловські, д-р філол. наук, проф. (Польща);

В.А. Широков, акад. НАН України, д-р техн. наук, проф.

Адреса редакції:

01601, м. Київ, бул. Т. Шевченка, 14, ауд. 131, Київський національний
університет імені Тараса Шевченка,

Навчально-науковий інститут філології, тел. +380 (44) 239-33-66;

e-mail: apultp@univ.net.ua ; style_m_k@ukr.net

web: <http://apultp.knu.ua>

УДК 81.161.2
ББК 81.2 УК-5

Reviewers:

Svitlana P. Grytsenko, doctor of philology, prof.

Oksana M. Slipushko, doctor of philology, prof.

Yan V. Kapranov, doctor of philology, prof.

A 44 Current issues of Ukrainian linguistics: theory and practice: scientific digest. Kyiv : Publishing and Polygraphic Center "Kyiv University", 2023. Vol. 47. 179 p.

The scientific journal contains contributions dedicated to the analysis of relevant, promising, controversial issues of modern linguistics in its plural research paradigmes. It is addressed to specialists in various disciplines of humanities: philology, philosophy, culturology, history etc. as well as to university scholars.

ISSN 2311-2697 (Print)

ISSN 2523-4870 (Online)

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP>

Scientific indexation & archiving:

BRILL
DOAJ
ERIH Plus
Index Copernicus International

OUCI
Research Bib
ROAD
UlrichsWEB

Certificate of state registration of the print media (KB № 5755, 15.01.2002).

Certificate of state registration of the print media (KB № 24318-14158IIP, 24.01.2020 p.)

The scientific journal is a **professional edition of philological sciences** (decree of the Ministry of education and science of Ukraine, 07.10.2015, № 1021).



This journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

International certification:
language and linguistics
social communication

Frequency: twice a year (online version is posted on the website of the edition no later than **February 1** and **July 1** of each year)

OPEN  ACCESS

© Current issues of Ukrainian linguistics : theory and practice

Chief editor:

Larysa I. Shevchenko, corresponding member of NAS of Ukraine,
doctor of philology, prof.

Executive secretary:

Dmytro Y. Syzonov, PhD, assoc. prof.

Editorial board:

Bohdan M. Azhnyuk, corresponding member of NAS of Ukraine,
doctor of philology, prof.;

Florii S. Batsevyich, doctor of philology, prof.;

Artur Bratski, doctor of humanities, prof. (Poland);

Del Gaudio Salvatore, PhD, dr. habil., prof. (Italy);

Volodymyr V. Dubichynskyi, doctor of philology, prof. (Poland);

Adam Falowski, doctor of philology, prof. (Poland);

Lidiia P. Hnatiuk, doctor of philology, prof.;

Svitlana Y. Yermolenko, acad. of NAS of Ukraine, doctor of philology, prof.;

Aleksandr Kiklevich, doctor of philology, prof. (Poland);

Larysa F. Kompantseva, doctor of philology, prof.;

Tetiana Y. Kovalevska, doctor of philology, prof.;

Oleksandr V. Levko, PhD, assoc. prof.;

Hryhorii P. Pivtorak, acad. of NAS of Ukraine, doctor of philology, prof.;

Rostyslav P. Radyshevskyy, acad. of NAS of Ukraine, doctor of philology, prof.;

Volodymyr A. Shyrovok, acad. of NAS of Ukraine, doctor of techn. sciences, prof.;

Mychailo A. Sobutskyi, doctor of philology, prof.;

Dalia Marija Stančienė, dr. habil. of Humanities, prof. (Republic of Lithuania);

Lidija Tanturovska, doctor of philology, prof. (North Macedonia);

Oleksandr O. Taranenko, corresponding member of NAS of Ukraine,
doctor of philology, prof.;

Branko Toshovych, doctor of philology, prof. (Austria);

Anatolii P. Zagritko, corresponding member of NAS of Ukraine,
doctor of philology, prof.

Editorial address:

01601 Kyiv, Taras Shevchenko Blvd, 14, aud. 131,

Taras Shevchenko National University of Kyiv,

Educational and Scientific Institute of Philology, tel. +380 (44) 239-33-66;

e-mail: apultp@univ.net.ua ; style_m_k@ukr.net

web: <http://apultp.knu.ua>

МЕДІЙНА ПРОБЛЕМАТИКА **В МОДЕРНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ**

УДК 811.111

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.47.6-31>

Снитко О.С.

ORCID: 0009-0006-9498-7986

Web of Science Researcher ID: AAT-8186-2020

ScopusID: 57217183703

Погорілова М.С.

ORCID: 0009-0000-0352-7789

МУЛЬТИМОДАЛЬНІ ТЕКСТИ СУГЕСТИВНОЇ СПРЯМОВАНOSTІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ ВОЄННОЇ ДОБИ

Анотація. Статтю присвячено аналізу мультимодальних текстів сугестивної спрямованості в інформаційному просторі України воєнної доби. Ці тексти забезпечують ефективний позитивний вплив на суспільство і об'єктивують наративи, емоційно насичені описом. Мультимодальні тексти патріотичної спрямованості транслюються через класичні та нові медіа, соціальні мережі, поєднуючи різнокодову інформацію (візуальний, вербальний та музичний текст). Доведено, що базовим та найважливішим засобом сугестивного впливу є ритм тексту, який створюється засобами різних кодів. Ритм пронизує всі рівні тексту та забезпечує результат психоемоційного сприйняття реципієнтом певних сугестивно маркованих смислів. Ритм як співмірне чергування певних елементів тексту "осмислюється" адресатом передусім на емоційному рівні; під ритмічною структурою тексту розуміємо "монтаж тексту", який починається об'єднанням відповідних змістових частин та завершується створенням нової змістової одиниці – "концепту тексту". Продемонстровано, що мультимодальні тексти, які базуються на комплексі сугестивних технік, пов'язані з так званним "іконічним поворотом" у здійсненні комунікації, тобто увагою до різного роду зображувальних складників комунікативного процесу. Взаємодія кодів створює унікальний інформаційний продукт, семантику якого неможливо передати засобами лише одного з кодів. Мультимодальні тексти сугестивної спрямованості мають надишироку аудиторію споживачів, вони є швидкою реакцією на певні кризові ситуації воєнної доби, за

.....
 допомогою художніх засобів окреслюють перспективу розвитку кризової ситуації війни, вони втілюють актуальні емоції ментально травмованого суспільства, яскраво та образно об'єктивують зміст подій, звернені до культурних коренів нації і широко використовують фольклорні елементи, вони поліпшують психоемоційний стан суспільства та забезпечують множинність відтворень, здійснюючи тривалий сугестивний ефект.

Ключові слова: мультимодальний текст, кризові комунікації, сугестивний вплив, засоби сугестії у мультимодальному тесті.

Інформація про авторів: Снитко Олена Степанівна – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри східнослов'янської філології та інформаційно-прикладних студій; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Погорілова Марія Сергіївна – магістр філології, випускник кафедри східнослов'янської філології та інформаційно-прикладних студій; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: elenasnytko@ukr.net; springfawnbambi@gmail.com

Olena S. Snytko

ORCID: 0009-0006-9498-7986

Web of Science ResearcherID:AAT-8186-2020

ScopusID:57217183703

Mariia S. Pohorilova

ORCID: 0009-0000-0352-7789

MULTIMODAL TEXTS WITH A SUGGESTIVE ORIENTATION IN THE INFORMATION SPACE OF WARTIME UKRAINE

Abstract. The article presents an analysis of multimodal texts with a suggestive orientation in the information space of wartime Ukraine. These texts effectively influence society in a positive way and objectify the narratives that are emotionally rich in description. Multimodal patriotic texts are broadcast through classical and new media, as well as social networks, combining differently encoded information (visual, verbal, and musical text). It has been found that the basic and most important means of suggestive influence is the rhythm of the text, which is created by means of different codes. Rhythm permeates all levels of the text and ensures the result of the recipient's psycho-emotional perception of certain suggestively marked meanings. Rhythm as a proportional alternation of certain elements

of the text is "comprehended" by the addressee primarily on the emotional level; the rhythmic structure of the text implies "text assembly", which begins with the unification of the relevant content parts and ends with the creation of a new content unit, i.e. the "text concept". It has been proved that multimodal texts based on a complex of suggestive techniques are associated with the so-called "iconic turn" in communication, i.e. focus on various kinds of visual components of the communication process. The interaction of codes creates a unique information product, the semantics of which cannot be conveyed by means of only one of the codes. Multimodal texts with a suggestive orientation have an extremely wide audience; they represent a quick response to certain wartime crises; they use artistic means to outline the prospects for the wartime crisis development; they embody the relevant emotions of a mentally traumatized society; they objectify the content of events in a vivid and imaginative way; they appeal to the cultural roots of the nation and make extensive use of folklore elements; they enhance the psycho-emotional state of the society and provide multiple reproductions, exercising a long-lasting suggestive influence.

Keywords: *Multimodal text, crisis communication, suggestive influence, means of suggestion in a multimodal text.*

Information about the author: *Snytko Olena Stepanivna – Doctor of Philology, Professor; Professor at the Department of East Slavic Philology and Information and Applied Studies; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.*

Pohorilova Mariia Serhiivna – Master of Philology, graduate of the Department of East Slavic Philology and Information and Applied Studies; Educational and Research Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.

E-mail: *elenasnytko@ukr.net; springfawnbambi@gmail.com*

Інформаційний простір України воєнної доби є ареною запеклої боротьби, своєрідним гарячим фронтом консцієнтального протистояння, що здійснюється в контексті реальних бойових дій та героїчного супротиву ЗСУ. Агресор та його інформаційні агенції, розгалужена мережа інтернет-каналів, які працюють на знищення української ідентичності та державності, армія так званих "агентів впливу", оточена величезною кількістю ботів, що підсилюють градус інформаційно-психологічного протистояння, значні "шпарини" у системі українських стратегічних та кризових комунікацій [18] можуть спрацювати на зниження когнітивної опірності суспільства та призводити до хаотизації свідомості громадян. На

думку В. Горбуліна та В. Бардака, "російсько-українська війна створила умови для повної розгерметизації деструктивного у світі та порушила психоенергетичний баланс планети" [2]. Саме тому питання психоемоційного захисту кожної людини та суспільства загалом опиняються у фокусі сучасних інформаційно-прикладних студій.

На державному рівні боротьба з ворожим інформаційним впливом зазвичай здійснюється різними шляхами: блокуванням ворожих каналів, які розповсюджують антиукраїнські наративи, підвищенням рівня медіаосвіти, що дозволяє "самостійно виявляти та відповідно оцінювати ворожий контент". Але найголовнішим напрямком, безперечно, є створення якісного національного інформаційного продукту [1], який забезпечує інформаційно-психологічний вплив на людину. Коригування психоемоційного стану, мотивація та регулювання поведінки людей, які зазнали психологічної травми (як наслідку війни), є одним із важливих завдань влади та методів управління суспільством.

Здійснюючи вплив на людину, можна використовувати різні шляхи, рухаючись від переконання до сугестії. Дослідники, порівнюючи ці шляхи, підкреслюють, що "переконання застосовує апеляцію до свідомості, <...> навіювання ґрунтується на емоціях і підсвідомому: перше потребує від адресата психологічної та мисленнєвої напруги, друге здійснюється спонтанно" [13, с. 231]. На відміну від переконання сугестія розглядається як "процес впливу на психічну сферу, пов'язаний з некритичним сприйняттям та засвоєнням інформації", сугестивний вплив передбачає приховане навіювання на людину, що впливає на протікання нервово-психічних процесів" [11, с. 43]. Отже, сугестія апелює до позасвідомого об'єкта впливу, до його емоційно-чуттєвої сфери.

Розглядаючи питання інформаційного захисту людини у період війни, принагідно підкреслимо важливість якісної інформаційної аналітики подій, що відбуваються, з урахуванням правил кризових комунікацій, які передбачають використання технологій, спрямованих на діагностування, прогнозування та управління кризовими ситуаціями та (за можливості) на

нейтралізацію негативних наслідків кризових ситуацій, що пов'язано з необхідністю постійно відслідковувати зворотній зв'язок з реципієнтами, а також будувати комунікацію (особливо в аспекті спілкування влади та громадян), підкреслюючи перспективу дій суспільства [18]. Проте окрім аргументації, аналітики, переконання надважливу роль відіграє сугестія. У складній ситуації війни українське суспільство, як і в інші складні періоди життя України, "народжувало", активізувало особливі форми психоемоційного захисту, які здійснюють передусім сугестивний вплив. Адже саме цей різновид впливу іноді вважають "основним способом організації громадської думки" [11, с. 43]. У таких текстах, як правило, реалізуються найголовніші стратегічні наративи воєнної доби (передусім наратив ідентичності), які спрямовані на підтримку морального духу громадян, а також прослідковується високий ступінь сугестивності, спроможності впливати на психіку та емоції людини. Ці тексти транслуються через класичні та нові медіа, соціальні мережі, поєднуючи різнокодову інформацію (візуальний, вербальний та музичний текст). Їх використання забезпечує ефективний сугестивний вплив на суспільство, вони емоційно насичені описом, який подається за допомогою різних кодів. Активізація цих форм є своєрідним "результатом вивільнення напруги через творчість" [6]. Мова йде про мистецький "вибух", пов'язаний зі створенням кліпів, які буквально "заряджали" суспільство емоціями, підтримуючи дух незламності та прагнення до перемоги над ворогом. Завдяки значному сугестивному потенціалу вони підтримують моральний дух українців та терапевтично впливають на них через класичні та нові медіа, соціальні мережі. Напруга та тривожність вивільняються як результат мистецької діяльності. Серед яскравих мультимодальних авторських текстів періоду воєнної доби можна назвати: *"Враже"*, *"НЛО"* Енджі Крейди; *"Кохайтесь чорнобриві"*, *"Козацькому роду"*, *"Мрія"* Jerry Neil; *"Рідні мої"*, *"Зозуля"*, які є спільними роботами Alyona Alyona та Jerry Neil; *"Несестри"* Jerry Neil, Л. Шемаєвої та ін. Ці мультимодальні тексти об'єднані як за формальними

.....

ознаками, так і за змістом, бо транслиують **нарративами ідентичності, незламності українського народу, віри в перемогу**. Вони насичені *фольклорними мотивами*, які повертають адресата до коріння рідної етнічної культури. Мультимодальні тексти сугестивної спрямованості є дієвим засобом інформаційно-психологічного захисту у кризових ситуаціях. І якщо у добу Революції Гідності специфічною ознакою інформаційного простору України стали мультимодальні тексти, у яких втілювалися так звані карнавальні форми сугестії [16], то ознакою сьогодення можна вважати появу великої кількості мультимодальних текстів патріотичної спрямованості з яскраво вираженим фольклорним компонентом. Такі тексти швидко допомагають людині подолати кризові ситуації, ментально та емоційно, загартовують національний дух та морально підтримують українців. Мультимодальні тексти добре демонструють комплексний характер сугестивного впливу, який передбачає не лише словесний канал, але й застосування інших невербальних засобів, коли інформація "навіюється" людині не тільки за допомогою слів, але й передусім передаванням зображень, музики тощо [11, с. 48].

Актуальність вивчення мультимодальних текстів пов'язана, перш за все, з тим, що розвиток інформаційних технологій на початку XXI ст. стрімко здійснив революційний стрибок у засобах передачі інформації споживачу та поєднав різні семіотичні системи для створення нового каналу комунікації. Зростання ролі візуальної інформації по-новому організувало вербальний текст, який став органічно поєднуватися з фото-, графічними, аудіо- та відео- елементами. Таким чином, **мультимодальним** слід вважати такий текст, "зміст якого розкривається за допомогою двох і більше семіотичних систем" [24, с. 177].

Дослідженням природи мультимодальних текстів займалися Г. Кресс, Т. Ван Льовен, А. Гібонс, Ч. Форсвіл, К. Джуйт, А. Кібрик, Л. Макарук, О. Маріна, М. Гаврилова, А. Цапів та ін. Терміни "мультимодальність" і "мультимодальний текст" разом із основними тезами теорії мультимодальності були

запроваджені в науковий обіг та розвинуті Г. Крессом і Тео ван Льовеном в спільній статті "*Multimodal discourse*" [23]. Важливим поняттям для терміна "мультимодальність" є "**модус**", яке, за словами Ч. Форсвіла, сприймається як "нелегке завдання", тому що те, що позначається як модус, є комплексом різних факторів" [20]. З позиції когнітивного підходу поєднання модусу з кожним із п'яти сенсорних органів чуття є занадто узагальненою спробою реалізувати складну категоризацію. Всі семіотичні системи реалізуються за допомогою **органів чуття** (зору, слуху, смаку, нюху та дотику), однак вони можуть бути сприйняті різними способами. Сучасне поняття мультимодальності базується на різноманітті кожного з каналів. Наприклад, візуальна інформація складається не тільки з суто візуальних компонентів, а і з жестикуляції, міміки та інших рухів тіла, які сприймає людина. У мовленні задіяні не тільки вербальні елементи (сегментні), а і просодичні одиниці (несегментні). На думку дослідників, семіотичні системи, зокрема мультимодальний текст, виконують *три основні функції*: (1) формування понять (ideational); (2) створення інтеракції між комунікантами (interpersonal); (3) організація та структурування тексту (textual) [28, с. 26].

Передумовою до розвитку досліджень з мультимодальності було створення осередка соціальної семіотики, куди входили Г. Кресс, Т. ван Льовен, Е.К. Френсіс та Т. Нітголд. У 80-х роках ХХ ст. з'являється журнал "Соціальна семіотика", в якому актуалізується ідея про те, що неможливо передати певне значення лише за допомогою ресурсів однієї з семіотичних систем [25]. У зарубіжній філософії кінця ХХ сторіччя йдеться про активне проникнення образотворчих елементів в соціальне буття людини, зокрема Г. Кресс в книзі "Literacy in the New Media Age" акцентує увагу на домінантній ролі зображення над письмовим текстом [22].

Для дослідження та аналізу мультимодальних текстів найчастіше використовують методику *мультимодального дискурс-аналізу*, яка базується на вивченні невербальних елементів "дисплейного" світу. Такий аналіз "спрямований на

.....

інтерпретацію комунікативних практик в аспекті виявлення смислів, що зникають при аналізі окремих аспектів комунікації (наприклад, вираженої тільки у формі запису вербального обміну)" [9 с. 12]. Таким чином, мультимодальний дискурс-аналіз втілює лінгвістичний підхід в межах "читання образів, виявлення метафор, що пронизують повсякденність, спроб виявляти особливості модальностей, що складають контекст комунікації і наповнюють соціальні інтеракції" [9, с. 13]. Мультимодальний аналіз виявляє основу комунікації з можливістю **інтерпретування полікодових комбінацій сучасної людини.**

Звертаючись до аналізу мультимодальних текстів у контексті кризових комунікацій, треба окреслити загальні засади розуміння сучасної комунікації як найважливішого чинника існування людства. Комунікація завжди була комплексним явищем, а поява масової комунікації стала необхідною умовою функціонування масової культури. Слід зазначити, що залежно від моделі світу, змінюються і стратегії комунікації. Так, футурологи зазначають, що у 2020 році новою моделлю світу стала BANI, яка складається з таких ознак, як *brittle* (крихкий), *anxious* (тривожний), *non-linear* (нелінійний), *imcomprehensive* (незрозумілий). Тобто сьогоднішній світ є мінливим, тривожним, непередбачуваним та інформаційно складним, а, отже, незрозумілим. На думку О. Малиш, комунікації змогли підлаштуватися до моделі BANI: крихкість компенсується швидким відновленням, тривожність – чутливістю аудиторії до оточення, нелінійність – адаптацією до можливих варіантів розвитку подій та адаптації до мінливо-складного світу, незрозумілість допомагає побороти інтуїтивність людей, навіть коли важко спиратися на аналітику [6]. Таким чином, комунікаційні стратегії набули короткостровості та постійного врахування поточної ситуації, яка може дуже швидко змінюватися. Їх формування здебільшого складається з постійного моніторингу різнопланових подій та своєчасної адаптації під кожну з ситуацій. Ще одна риса, яка притаманна сучасним комунікаціям, фасилітація, тобто організація

колективного розв'язання будь-яких проблем у певній групі. Також комунікація враховує настрої аудиторії та реагує на них відповідним чином, що вінчається двосторонньою інтуїцією у процесі спілкування. Дуже важливими для сучасної комунікації є соціальна значущість та практична цінність пропонованої інформації, тригери, за які чіпляється аудиторія, емоційність контенту, демонстрація публічності (приналежності до руху, бренду, спільноти тощо), вибір форми "історія", яка надає значущості інформації [6].

Серед актуальних "трендів" кризових часів, які сьогодні характерні для української цільової аудиторії, О. Малиш виділяє:

1. Більший консерватизм: обирання зрозуміліших історій під час стресу в умовах воєнного стану.

2. Недовіра до інновацій: світ і так здається крихким та незрозумілим.

3. Повернення до коріння: в кризі люди дивляться здебільшого назад, переосмислюють історичне минуле для посилення відчуття своєї ідентичності.

4. Сублімація напруги через творчість та гумор: творчість та гумор дають змогу вивільняти накопичені емоції та діють як добра емоційно-психологічна розрядка.

5. Фокус на виживанні та вигоді: в перші місяці війни креатив відійшов на другий план, бо в пріоритеті були базові речі, але з часом українці адаптувалися жити в умовах воєнного часу та активно запровадили креатив в різні сфери життя для надання складній буденності яскравості [6].

Визначеним трендам кризових часів якнайкраще відповідає природа мультимодальних сугестивних текстів воєнної доби, які розміщено Розглянемо кілька з них.

Zozulya – Човен¹



Цей мультимодальний текст відтворює стилістику української обрядової пісні (передусім – вербальний текст та його музичний супровід). Тиха мелодія, яка супроводжується постійним чергуванням зростаючих та спадних інтервалів, наче відтворює течію води, навіює спокій та корелює з вербальним текстом, який побудований на глибинній взаємодії етнічних символів *річки* (символ життєвого шляху та символ дороги до серця коханої людини) та символу *човна*, який, рухаючись назустріч долі, уособлює єднання двох сердець [4, с. 502-503, 641]. Музичний ритм підсилюється ритмом вербального тексту, що спирається на різного роду лексичні (*Човен-човнику, куди ти плывеш? Річко-реченько, його ти несеш*), фонетичні (*нічка-річка, пороги круті.. дивні двоє плывуть в самоті*) та граматичні повтори (повтори питальних речень, паралелізм синтаксичної організації фраз):

Темну **нічку** човен застав.
Тай до **річки** тихо пристав.
Зашарівся вогник здалля,
Місяць світить через гілля.

Переплисти б йому всі світи,
Та зустрілась, річенько, ти
Човен-човнику, куди ти плывеш ?
Річко-реченько, ти його несеш.
Вдвох у парі не страшна течія

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=q3Goq35mXQE>

Хай засяє вам вечірна зоря
Крізь тумани, пороги круті
Дивні двоє пливуть в самоті
Не прожити човну без води
Щастю вічність пророчать завжди.

Вербальний текст пісні² може сприйматися як складна метафора, яка базується на образі річки та образі човна, що втілюють ідею плинності життя та вічності кохання (з усім комплексом етнокультурних конотацій). Ця комплексна вербальна метафора корелює зі змістом відеоряду, що відтворює найщасливіші та емоційно домінантні моменти життя закоханої людини – освічення у коханні та шлюбну церемонію, нехай у камуфляжі, нехай на полі бою, нехай у лікарні після тяжкого поранення коханого. Змінюючи одне одного, ці кадри, виконуючи функцію своєрідної терапевтичної метафори, реалізують колосальний емоційно-психологічний заряд, впливають на позитивізацію настрою глядача, бо стверджують ідею перемоги життя над смертю, вічності кохання навіть у реальному такому крихкому на нестабільному світі. Повторюючись, ці різні кадри передають спільну семантику, спрацьовуючи на закріплення певних сугестивно маркованих смислів у реципієнта.

Таким чином, семантика мультимодального тексту створюється за допомогою ресурсів різних кодів, кожен з яких має певний обсяг можливостей. На виході шляхом їх поєднання виникає мультимодальна єдність, яка вивчається за допомогою методики мультимодальної транскрипції (див. про це докладніше [21, с. 3; 27, с. 101].

Досліджуючи феномен мультимодальності, вчені (передусім Г. Кресс, Т. ван Льовен, Е.К. Френсіс та Т. Нітголд) спиралися на думку про неможливість об'єктивації повного змісту такого тексту лише за допомогою ресурсів однієї з семіотичних систем [24]. Безумовно, проблема взаємодії кодів є темою спеціального

² <https://pisni.club/pisni/lirychni/29967-choven.html>

дослідження [27, с. 98-100]. Проте важливо підкреслити, що ці коди підсилюють сугестивний ефект один одного та одночасно спроможні транслювати різні (хоч і взаємопов'язані) наративи. Розглянемо надпотужний за своїм сугестивним потенціалом мультимодальний текст, який був опублікований Головнокомандувачем Збройних сил України генералом В. Залужним 27 травня 2023 року. Текст В. Залужного "Прийшов час повертати своє"³ широко використовувався для підтримки духу українського суспільства та для здійснення сугестивного впливу на ворога.

Це відео з українськими вояками, які промовляють слова своєрідної молитви, просять благословити рішучий наступ ЗСУ. У вербальному тексті прозоро об'єктивується ритміка та стилістика молитви з численними повторами ключових фраз, які підкреслюють віру в святу Перемогу: "Україно, рідна земля-мати! Господь, Отець наш небесний! Благословіть! Я іду знищувати! *Нехай* рука моя буде твердою! *Нехай* око моє буде ясним! *Нехай* зброя моя буде справною! *Нехай* воля моя буде сталю!". Порівняймо фрагмент тексту молитви, структурні та ритмічні ознаки якої своєрідно відтворені у сугестивному тексті В. Залужного: "Отче наш, що є на небесах! *Нехай* святиться Ім'я Твоє. *Нехай* прийде Царство Твоє, *Нехай* буде воля Твоя як на небі, так і на землі"⁴.

Відеоряд з українськими вояками, які мають потужну зброю (танки Leopard 2, системи залпового вогню HIMARS, потужні броньовані машини) та дають клятву здобути Перемогу над ворогом, є домінантою мультимодального тексту, який завершується появою українського прапора, що візуально символізує очікувану Перемогу.

Сугестію визначають як процес і результат внесення до сфери психічної діяльності людини інформації, яка є позаконтрольною свідомості [15]. Феномен позасвідомого є

³ <https://www.youtube.com/watch?v=hUyuhaoV-FQ>

⁴ <https://krestim.com.ua/tekst-molitvi-otche-nash-ukrayinskoyu.html>

дуже важливим щодо процесу сугестивного впливу на людину. Позасвідоме вивчало багато вчених, серед яких варто назвати П. Жане, Р. Декарта, Д. Гартлі, А. Шопенгауера, Г. Гельмгольца, Г. Лейбніца, З. Фройда, М. Еріксона та ін. У сучасних дослідженнях важливими для інтерпретації позасвідомого є підходи вчених, які вважають позасвідоме інтуїтивним проявом потреб, емоцій та спогадів людини, що зберігаються в середньому відділі мозку, шляхом реалізації умовного рефлексу. Психологи стверджують, що позасвідоме є комплексом емоційних явищ мозку, які знаходяться поза спрямованою увагою людини. Наприклад, Т.Б. Мудраченко, говорячи про засади сугестивного впливу, пропонує таку схему аналізу: настанови реципієнта – підсвідома готовність психіки до прийняття певного рішення / виконання дії + сукупність особистісних / індивідуальних смислів, що не контролюються свідомістю (позасвідоме є "будинком чаклунки" – за С. Леклером; те саме має назву "інтеріоризованої конотації" – внутрішньо сприйнятого додаткового особистісного значення) [10, с. 212].

Одним із найважливіших засобів сугестивного впливу в текстах є ритм, який до того ж впливає на актуалізацію змістових параметрів тексту та формує емоційно-експресивну оцінку адресатом певної інформації. Сприйняття інформації безпосередньо пов'язано із соціальним та суб'єктивним досвідом людини, її сформованою картиною світу, через яку виражені семантичні координати. Але семантичний простір, безпосередньо, залежить від "ритмо-фонетичної структури тексту. Ритміка тексту проявляється на різних його рівнях. Ритм вбудований в архітектоніку текста та "осмислюється" адресатом передусім *на емоційному рівні*. Важливо додати, що під ритмічною структурою тексту мається на увазі "монтаж тексту", який починається об'єднанням відповідних змістових частин та завершується створенням нової змістової одиниці – "концепту тексту". Саме за допомогою ритму реципієнт втягується до емоційного діалогу із сугестором (зовнішнім

світом). Відомо, що ритмічний вплив використовували для навіювання з давніх-давен:

Святий Боже,
Святий Кріпкий,
Святий Безсмертний,
Помилуй нас.

Святий Боже,
Святий Кріпкий,
Святий Безсмертний,
Помилуй нас.

Святий Боже,
Святий Кріпкий,
Святий Безсмертний,
Помилуй нас.

Слава Отцю і Сину,
І Святому Духові
І нині, і повсяк час,
І навіки вічні,
Амінь!

Святий Безсмертний
Помилуй нас.

Святий Боже,
Святий Кріпкий,
Святий Безсмертний,
Помилуй нас.

Як бачимо, класичним прикладом такого сугестивного тексту є молитва, повтори якої створюють особливо гіпнотичний ефект, дозволяючи відключити свідомість людини від життєвих проблем⁵. А. Калита наділяє поняття ритму *енергетичною основою* або ж потенціалом комунікації, який забезпечує концентрацію сугестивного впливу тексту на емоційний та раціональний аспекти

⁵ <https://www.pisni.org.ua/songs/886373.html>

психіки реципієнта шляхом чергування його різних за природою породження проявів, що розглядаються в лінгвістиці як результат комплексного взаємодії елементів різних рівнів мови [5, с. 32]. На думку дослідниці, темпоритм тексту є домінантним засобом мовленнєвої сугестії, він формується шляхом інтеграції мікроритмів усіх рівнів внутрішнього мовлення індивіда у внутрішній макроритм, який будучи скоригованим емоційним мисленням, що відбувається в екзистенційній сфері (у несвідомому), структурується вже у формі внутрішнього темпоритму і далі під впливом діалектичної взаємодії раціонального (що враховує конкретні умови комунікації) і емоційного особистості людини перетворюється в ментальний та трансцендентний раціо- і еморитми. Ці ритми трансформуються на основі обліку свідомістю реальних умов і норм комунікації у зовнішній темпоритм висловлювання, який матеріалізується в мові як результат процесу мовної діяльності мовця [5, с. 38].

Дослідження сугестивного потенціалу текстів різного характеру показало, що ритм є комплексним явищем, яке ґрунтується на співмірному чергуванні чи повторенні будь-яких елементів (формальних та змістових). Відповідний ритм базується на лексичному та (ширше) смислому повторі ключових вербалізаторів домінантних смислів, а також на граматичному (морфологічному та синтаксичному) повторі або паралелізмі, фонетичному повторі, який супроводжує лексико-семантичний. Такий повтор підпорядкований комунікативно-прагматичній меті сугестора – закріпленню домінантних смислів. Важливим засобом сугестії виступають емоціогенні означення (або кваліфікатори), які спрямовані на емоційне "зарядження" цільової аудиторії. [див. про це: 16, с.86 -89].

Таким чином, **ритм** є базовим та найважливішим засобом сугестивного впливу. Ритм пронизує всі рівні тексту та створює особливий результат психоемоційного сприйняття реципієнтом певних наративів. Ритмічна структура тексту активно виявляється на фонетичному, лексичному та морфолого-синтаксичному рівнях у різного роду повторях Ритм тексту залежить і від сприйняття самого тексту читачем, також голосу транслятора, разом з темпом читання, паузами, інтонацією,

тембром, смисловими наголосами тощо. Між ритмом та навіюванням вибудовані характерні відношення, пов'язані з реалізацією одного за допомогою іншого – вираз впливу за допомогою ритмічних засобів.

Розгляньмо ритміку широко відомого мультимодального тексту Енджі Крейди "Враже"⁶:



Надважливою ознакою мультимодального тексту є його фольклорний магічно-сакральний компонент. Текст насичений *фольклорними мотивами відьомства*. Означений мотив виявляється у кількох різнокодових площинах, як вербально-образній, так і в музичній, та концентрується на прагненні створити надпотужне відьомче замовляння, що має знищити ворогів-, зо прийшли на українську землю. Текст має яскраву сугестивну природу, яка спирається на ідеї народної магії та зумовлена передусім його комплексним ритмом (ритмом відеоряду, музичним та вербально-текстовим), за допомогою чого і відбувається емоційне я-коріння ідеї неминучості смерті ворога. Наприклад, створюється специфічний візуальний фон із використанням образів сучасних відьом, певних спецефектів, таких як світлоритм. Постійно з'являються болісні зображення зруйнованих місць, а також кадри ворожіння жінок, які постали на захист рідної землі (що відгукується у серці кожного глядача-українця).

Музичний ритм побудований на чергуванні довгих та коротких звуків, які вводять глядача в легкий трансовий стан. Ритміка специфічно об'єктивується також в особливих

⁶ https://youtu.be/cdEEffF7_rU

просодичних характеристиках. Пісня виконана у два голоси, глибоким грудним голосом співачки. Як особливий прийом вербальної сугестії використовуються зокрема смислові повтори, що реалізуються на лексико-стилістичному (постійно згадується ворог, відьомська сила, назви членів родини, які уособлюють українську націю в цілому), морфологічному (найважливішим з яких є форма майбутнього часу дієслів) та структурно-композиційному рівнях тексту (синтаксичний повтор): *Буде тобі, враже, так, як мати скаже / Буде тобі, враже, як дружина скаже / Буде тобі, враже, як дівчина скаже / Буде тобі, враже, як дитина скаже / Буде тобі, враже, так, як відьма скаже*. Найчастотнішим словом у тексті є лексема **"ворог"**. Це слово у загальному контексті вживань закарбовує в підсвідомості реципієнта **ідею неминучої смерті ворога**: ворога буде вбито, він лише доживає свого віку, скільки кроків по українській землі він зробить, стільки представників його роду поляже в домовині; ворог з рештою буде просити Господа швидше відправити його в пекло, бо смерть його буде тяжкою. Аналізований мультимодальний текст базується на використанні опозиції "свій-чужий" з формуванням механізму зворотнього позитивного зв'язку та на постійному чергуванні полярних емоційно-оціночних аргументів: ворог загине, а український народ переможе.

Сію тобі в очі, сію проти ночі
Буде тобі, враже, так, як відьма скаже
Скільки в святу землю впало зерен жита
Стільки разів буде тебе, враже, вбито
Скільки, враже, півень вночі кукуріка
Стільки днів у тебе доживати віка
Богові – Боже
Ворогу – вороже
Буде тобі, враже, так, як відьма скаже
Скільки зробиш, враже, кроків по Україні
Стільки твого ляже роду в домовині
Тільки на пів світу, чорного пристріту
Буде тобі, враже, так, як відьма скаже
Писанку розпишу, люльку заколишу

Матір твою, враже, без дітей залишу
 Батька твого, враже, смертю заспокою
 Жінку твою, враже, висушу ганьбою
 Богові – Боже
 Ворогу – вороже
 Буде тобі, враже, так, як відьма скаже
 Як просію горе крізь дрібненьке сито
 Станеш ти про пекло Господа просити
 Та не буде, враже, смерть твоя легкою
 Та й у смерті, враже, не знайдеш спокою
 Слово моє липке
 Слово моє кріпке
 Буде тобі, враже, так, як мати скаже
 Буде тобі, враже, як дружина скаже
 Буде тобі, враже, як дівчина скаже
 Буде тобі, враже, як дитина скаже
 Буде тобі, враже, так, як відьма скаже.

Мультимодальний текст **Jerry Neil "Козацькому роду"**⁷ спрямований за закріплення сугестивно маркованих смислів непереможності української нації, адже в жилах українців тече справжня козацька кров, тому нашому роду нема переводу (звернімо увагу на реалізацію наративу незламності української нації). Текст підіймає бойовий дух глядачів та надихає кожного українця вірити в те, що нас ніхто та ніколи не здолає: "Наш рід – був, є і буде: і вчора, і завтра – нам на небі характерник запалює ватра". Візуально-образний ряд тексту складається з кадрів історичної кінокартини "Вогнем і мечем" польського режисера Є. Гоффмана, які висвітлюють образи козацького війська під керівництвом Богдана Хмельницького, та сучасних кадрів українських вояків, які захищають Україну з початку повномасштабного вторгнення ворога.

Цей сугестивний прийом склеювання (поєднання двох реалій з метою встановлення подібності) сприяє об'єктивації ідеї героїзації ЗСУ. Аналізований мультимодальний текст занурює глядача у героїчне минуле нації, повертає до свого коріння.

⁷ <https://www.pisni.org.ua/songs/5450545.html>

Відеоряд пов'язаний з відтворенням кадрів різних історичних епох та акцентує увагу на циклічності історії та силі духу, яка завжди була притаманна українському народу. Іноді героїчні образи історичного минулого та сучасності своєрідно накладаються на портрет співачки, що підкреслює ідею національної ідентичності. Героїня звертається до двох важливих авторитетів, відомих кожному українцю, до *Богдана Хмельницького* – першого гетьмана Української козацької держави та до *Валерія Залужного* – Головнокомандувача Збройних сил України, проводячи історичну паралель між цими постатями та своєрідно міфологізуючи видатного полководця сучасності. Музична основа тексту складається з оркестрового звуку для того, щоб "передати велич наших предків", як зазначає сама Jerry Nail. Саме музичний складник насичений *фольклорними мотивами*, притаманними для української народної музики, зокрема козацьких співанок. Ритм тексту має особливу енергетичну основу, що реалізується на різних рівнях тексту: лексико-стилістичному (постійно згадується *козацтво*, частиною роду якого є українці, та протиставляється образу ворога (*живуть в болоті та пеклі; Іуда, який б'є себе у пусті груди та не може повернутися додому, бо міст спалено*), морфологічному (активно використовується теперішній час дієслів з метою утвердження ідеї непереможності українського народу саме сьогодні, у страшній війні з росією) та структурно-композиційному (Козацькому роду нема переводу / Нема рівні козакам, що йдуть за свободу). Серед вербальних засобів сугестивного впливу насамперед треба зазначити саму назву тексту, яка є відомим *українським прислів'ям*, тобто аналоговим текстом, який здійснює емоційно-психологічний вплив на реципієнта. Використання полярно-оціночних емоціогенів пробуджує *войовничий дух українців*, налаштовує на оптимістичну хвилю, разом з тим протиставляє героям України ворогів-рашистів, яким "суджене пекло" (звернімо увагу на використання опозиції "свій-чужий"). Закріпленню сугестивно маркованих смислів сприяють постійні повтори ключової фрази :

"Козацькому роду нема переводу / Нема рівні козакам, що йдуть за свободу"; а також використання метафор: "Нам на небі характерник / Запалює ватра". Текст забезпечує включення кореневих інстинктів людської душі та апелює до пасивних домінант, тобто відбувається певна *сакралізація українського героїчного минулого* та відтворення його в реальному часі. Також використовується явний імператив, ускладнений додатковими мовними стимуляторами образної природи: "Хто не знає броду / Не ідіть по воду / Повертайтеся в болото".



Важливим поняттям лінгвістики впливу є поняття контрсугестії. Контрсугестія є своєрідним механізмом – психологічного захисту від впливу на людину патогенної інформації, яка призводить до хаотизації свідомості та домінування негативних психоемоційних станів. Контрсугестивні технології є необхідним та надзвичайно важливим засобом подолання інформаційно-психологічних атак, які змінюють установки людини. Надважливу роль у здійсненні такого захисту і відіграють в українському інформаційному просторі мультимодальні тексти, які базуються на комплексі сугестивних технік. Ці тексти є ознакою сучасної суспільної комунікації та пов'язані з так званим "іконічним поворотом" у здійсненні комунікації [19], тобто увагою до різного роду зображувальних складників комунікативного процесу, адже власне мовні засоби повною мірою не здатні декодувати ключові смисли спілкування, вони є недостатніми для здійснення психоемоційного впливу на реципієнта.

Взаємодія кодів створює унікальний інформаційний продукт, семантику якого неможливо передати засобами одного з кодів. Ці тексти мають надшироку аудиторію споживачів, вони є швидкою реакцією на певні кризові ситуації воєнної доби, за допомогою художніх засобів окреслюють перспективу розвитку кризової ситуації війни, вони втілюють актуальні емоції ментально травмованого суспільства, яскраво та образно об'єктивують зміст подій, звернені до культурних коренів нації і широко використовують фольклорні елементи, вони поліпшують психоемоційний стан суспільства та забезпечують множинність відтворень, здійснюючи тривалий сугестивний ефект.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гібридна війна Росії проти України. Як перемогти на інформаційному фронті: Аналітичний посібник [Електр. ресурс]. URL: <https://drive.google.com/file/d/1AEUYRLeYOx7kBbNPJL1XzwHXstCNJaJW/view> (дата звернення: 02.10.2023).
2. Горбулін В., Бадрак В. Воєнний 2024-ий: загадки для України [Електр. ресурс]. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3775470-voennij-2024ij-zagadki-dla-ukraini.html> (дата звернення: 02.10.2023).
3. Ідентичність: як зрозуміти, що я – українець? [Електр. ресурс]. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrayinska-natsia/31951984.html> (дата звернення: 02.10.2023).
4. Жайворонок В. Знаки української етнокультури. Словник-довідник. Київ: Довіра, 2006.
5. Калита А.А. Сугестивный потенциал ритмической системы прозаического текста. *Когниция, коммуникация, дискурс*. 2015. № 11. С. 29-44.
6. Ключові аспекти комунікації та створення контенту під час воєнного стану [Електр. ресурс]. URL: <https://logincasino.ua/article/klychovi-aspekti-komunikaciiy-ta-stvorenniya-kontentu-pid-chas-voennogo-stanu> (дата звернення: 02.10.2023).
7. Кутуза Н.В. Переконавання та сугестія: диференціація різновидів комунікативного впливу. *Перспективи розвитку філологічних наук*. Вінниця, 2018. С. 24-27.
8. Кутуза Н.В. Сугестія і маніпуляція: спільні й відмінні ознаки різновидів комунікативного впливу. *Записки з українського мовознавства*. 2017. Т.2, №24. С. 178-189.

9. Ликова І.І. Мультимодальне конструювання художніх текстів для дітей: корпусне дослідження. Херсон: ХДУ, 2020. 59 с.
10. Мудраченко Т.Б. Сугестія як засіб мовленнєвого впливу. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Філологічна*. 2015. Вип. 56. С. 211-214.
11. Петрик В.М., Присяжнюк М.М., Компанцева Л.Ф. та ін. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навчальний посібник. Київ: Вид. дім "СКІФ", 2023. 248 с.
12. Пропаганда працює на повну: топ-5 наративів кремлівських медіа про ЗСУ. [Електр. ресурс]. URL: <https://glavcom.ua/news/propahanda-pratsjuje-na-povnu-top-5-narativiv-kremlivskikh-media-pro-zsu-896428.html> (дата звернення: 02.10.2023).
13. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації. Черкаси: Чабаненко Ю.А., 2011. 350 с.
14. Слухай Н.В. Матрична форма агресора та нові форми контрсугестії в період гібридної війни Росії проти України [Електр. ресурс]. URL: <http://surl.li/oixjk> (дата звернення: 02.10.2023)
15. Слухай Н.В. Сугестивна лінгвістика: лінгвістичне програмування поведінки людини. Київ: Вид. дім Д. Бураго, 2019. 248 с.
16. Снитко О.С. Карнавальні форми сугестії в інформаційному просторі України у контексті консцієнтальної війни. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2019. Вип. 38. С. 77-94.
17. Снитко О.С., Гречка С.О. "Битва наративів" у сучасному медіапросторі України. *Актуальні проблеми лінгвістики: теорія і практика*. 2022. №44. С. 86-117.
18. Снитко О.С. Кризові комунікації в інформаційному просторі України воєнної доби. *Актуальні проблеми української лінгвістики. Теорія і практика*. 2023. Вип. 46. С. 18-48.
19. Boehm G. Pictorial Versus Iconic Turn: Two Letters. *Culture, Theory and Critique*. 2009. № 50 (2-3). P. 103-121.
20. Forceville C. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research. *Forceville C., Urios-Aparisi E. (eds.) Multimodal Metaphor*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2009. P. 19-42.
21. Jewitt C., Bezemer J. Introducing Multimodality. London: Routledge, 2016. 220 p.
22. Kress G. Literacy in the New Media Age. London, New York: Routledge, 2003. 251 p.

23. Kress G., van Leeuwen T. *Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Edward Arnold, 2001. 152 p.

24. Kress G., van Leeuwen T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge, 2006. 291 p.

25. Lemke J.L. *Multimedia Genres for Science Education and Scientific Literacy. Developing Advanced Literacy. First and Second Languages / Schleppegrell M., Colombi M.* 2002. [Електр. ресурс]. URL: <http://www.jaylemke.com/storage/MultimediaGenres-Science-2002.pdf> (дата звернення: 02.10.2023).

26. Remarks by President Biden in State of the Union Address. [Електр. ресурс]. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2022/03/02/remarks-by-president-biden-in-state-of-the-union-address/> (дата звернення: 02.10.2023).

27. Taylor Ch. J. *Multimodality and audiovisual translation. Handbook of Translation Studies*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 2013. Vol. 4. P. 98-110.

28. Ventola E., Charles C. Kaltenbacher Martin *Perspectives on Multimodality*. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2004. 249 p.

REFERENCES

1. *Russia's hybrid war against Ukraine. How to win on the information front: An analytical guide. (2023)*. [Hibrydna viina Rosii proty Ukrainy. Yak peremohty na informatsiinomu fronti: Analitychnyi posibnyk]. URL: <https://drive.google.com/file/d/1AEUYRLeYOx7kBbNPJL1XzwHXstCNJaJW/view> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].

2. Horbulin, V. & Badrak, V. (2023). *Military year 2024: riddles for Ukraine* [Voiennyi 2024-yi: zahadky dlia Ukrainy]. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3775470-voennij-2024ij-zagadki-dla-ukraini.html> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].

3. *Identity: how to understand that I am Ukrainian? (2023)*. [Identychnist: yak zrozumity, shcho ya – ukrainets?]. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrayinska-natsia/31951984.html> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].

4. Zhaivoronok, V. (2006). *Signs of Ukrainian ethnoculture* [Znaky ukrainskoi etnokultury. Slovyk-dovidnyk]. Kyiv, 2006 [in Ukrainian].

5. Kalyta, A. (2015). *Subliminal potential of the prosaic text rhythmic system* [Cugectivnij potenzial ritmitschnoi cictemi prosowogo tekctu]. *Cognition, communication, discourse*, 11, 29-44 [in Russian].

6. *Kliuchovi aspekty komunikatsii ta stvorennia kontentu pid chas voiennoho stanu* (2023). [Key aspects of communication and content creation during martial law]. URL: <https://logincasino.ua/article/klychovi-aspekty-komunikacii-ta-stvorennia-kontentu-pid-chas-voennogo-stanu> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].
7. Kutuza, N.V. (2018). *Perekonannia ta suhestiia: dyferentsiatsiia riznovydiv komunikatyvnoho vplyvu* [Persuasion and suggestion: differentiating types of communicative influence]. *Perspektyvy rozvytku filolohichnykh nauk*. Vinnytsia, 24-27 [in Ukrainian].
8. Kutuza, N.V. (2017). *Suggestion and manipulation: common and distinctive features of varieties of communicative influence* [Suhestiia i manipuliatsiia: spilni y vidminni oznaky riznovydiv komunikatyvnoho vplyvu]. *Notes on Ukrainian Linguistics*, 2(24), 178-189 [in Ukrainian].
9. Lykova, I.I. (2020). *Multimodal construction of fiction texts for children: a corpus study* [Multymodalne konstruiuvannia khudozhnykh tekstiv dlia ditei: korpusne doslidzhennia]. Kherson: KhDU, 59 s. [in Ukrainian].
10. Mudrachenko, T.B. (2015). *Suggestion as a means of speech influence* [Suhestiia yak zasib movlennievoho vplyvu]. *Scientific Proceedings of Ostroh Academy National University: Philology Series*, 56, 211-214 [in Ukrainian].
11. Petryk V.M., Prysiashniuk M.M. & Kompantseva L.F. (2023). *Suggestive technologies of manipulative influence* [Suhestyvni tekhnolohii manipulyativnoho vplyvu]. Kyiv: Vyd. dim "SKIF", 248 s. [in Ukrainian].
12. *Propaganda is in full swing: top 5 Kremlin media narratives about the Armed Forces* (2023). [Propahanda pratsiuie na povnu: top-5 naratyviv kremlivskykh media pro ZSU]. URL: <https://glavcom.ua/news/propahanda-pratsiuje-na-povnu-top-5-narativiv-kremlivskikh-media-pro-zsu-896428.html> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].
13. Selivanova, O.O. (2011). *Basics of the theory of language communication* [Osnovy teorii movnoi komunikatsii]. Cherkasy: Chabanenko Yu.A., 350 s. [in Ukrainian].
14. Slukhai, N.V. (2023). *The matrix form of the aggressor and new forms of countersuggestion during the hybrid war between Russia and Ukraine* [Matrychna forma ahresora ta novi formy kontrsuhestii v period hibrydnoi viiny Rosii proty Ukrainy]. URL: <http://surl.li/oixjk> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].

15. Slukhai, N.V. (2019). *Suggestive linguistics: linguistic programming of human behavior* [Suhestywna lnhvistyka: lnhvystychne prohrumuvannia povedinky liudyny]. Kyiv, 248 c. [in Ukrainian].

16. Snytko, O. (2019). *Carnival forms of suggestion in Ukrainian information space in the context of aconsciousness war* [Karnavalni formy suhestii v informatsiinomu prostori Ukrainy u konteksti konstsiientalnoi viiny]. *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, 38, 77-93. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2019.38.77-93> [in Ukrainian].

17. Snytko, O. & Hrechka, S. (2022). *"Battle of narratives" in Ukraine's modern media space* ["Bytva naratyviv" u suchasnomu mediaprostori Ukrainy]. *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, 44, 86-117. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2022.44.86-117> [in Ukrainian].

18. Snytko, O. (2023). *Crisis communications in the information space of wartime Ukraine* [Kryzovi komunikatsii v informatsiinomu prostori Ukrainy voiennoi doby]. *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, 2023, 46, 18-48. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.46.18-48> [in Ukrainian].

19. Boehm, G. (2009). Pictorial Versus Iconic Turn: Two Letters. *Culture, Theory and Critique*, 50(2-3), 103-121 [in English].

20. Forceville, C. (2009). Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research. *Forceville C., Urios-Aparisi E. (eds.) Multimodal Metaphor*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 19-42. [in English].

21. Jewitt, C. & Bezemer, J. (2016). *Introducing Multimodality*. London: Routledge, 220 p. [in English].

22. Kress, G. (2003). *Literacy in the New Media Age*. London, New York: Routledge, 251 p. [in English].

23. Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Edward Arnold, 152 p.

24. Kress, G. & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge, 291 p. [in English].

25. Lemke, J.L. (2002). *Multimedia Genres for Science Education and Scientific Literacy. Developing Advanced Literacy. First and Second Languages / Schleppegrell M., Colombi M.* URL: <http://www.jaylemke.com/storage/MultimediaGenres-Science-2002.pdf> (last access: 02.10.2023) [in English].

26. Remarks by President Biden in State of the Union Address. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2022/03/02/>

remarks-by-president-biden-in-state-of-the-union-address/ (last access: 02.10.2023) [in English].

27. Taylor, Ch. J. (2013). Multimodality and audiovisual translation. Handbook of Translation Studies. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 4, 98-110. [in English].

28. Ventola, E. & Charles C. (2004). Kaltenbacher Martin Perspectives on Multimodality. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 249 p. [in English].

Дата надходження до редакції – 29.10.2023

Дата затвердження редакцією – 26.11.2023



Ця публікація ліцензована на умовах Creative Commons Attribution 4.0 International License.

УДК 81'42

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.47.32-49>

Larysa I. Shevchenko

ORCID: 0000-0001-6290-2307

Web of Science Researcher ID: AAA-7939-2020

Scopus ID: 57214792424

Dmytro V. Dergach

ORCID: 0000-0003-4215-3825

Web of Science Researcher ID: U-3019-2017

Scopus ID: 57221787511

COOKING SHOW GENRE IN THE STYLISTIC PARADIGM OF MODERN SLAVIC MASS MEDIA

Abstract. *The article touches upon the problem of media communication dynamics, synchronized with its language nature, functions and genre system. The author's argumentation is based on the analysis of the show genre that realize the functional potential of literary language in entertainment and cognition. Its communication invariant – the cooking show genre – has been interpreted using the methods of media linguistic episteme and research paradigm.*

From the point of view of functional stylistics, the architectonics and creolization means of the cooking show in its various invariants were analyzed. It is also argued that cooking show genre relies on an effective combination of informative, cognitive and entertaining functions of the literary language in the Slavic mass media space. In turn, the objectivity of communication determines their reorientation in the dominance of the language resource, which is relevant for the architectonics of this so actual nowadays media genre.

Stylistic nature of the recipe as a communication center of the genre allowed to define its monological and dialogical / polylogical forms. Also, TV and online formats of the cooking show genre in Slavic – Ukrainian, Bulgarian, Polish – media space were mentioned and investigated with an accent that their main cognitive context is connected with the development of not theoretical, but practical skills and abilities related to the cooking process. Special attention is paid to the image formation of all the participants (jury, hosts, guests, competitors, and others) and the analyzed cooking projects in general. The perspective of media genre theory in its connection with different traditional and new research areas are outlined in the article. The authors determine the trends of cooking show's further

professional research in a functional and stylistic, psycho-, socio-, media linguistic, and linguoculturology perspective.

Keywords: media linguistics, media genre theory, media genre, cooking show genre, language function, cognition, entertainment, edutainment.

Information about the authors: Shevchenko Larysa Ivanivna – corresponding member of NAS of Ukraine, doctor of philology, professor; head of the department of stylistics and language communication; Educational and Scientific institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.

Dergach Dmytro Valerijovych – PhD, associate professor; associate professor of the department of stylistics and language communication; Education and scientific Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.

E-mail: style_m_k@ukr.net; dimyla_philolog@ukr.net.

Шевченко Л.І.

ORCID: 0000-0001-6290-2307

Web of Science Researcher ID: AAA-7939-2020

Scopus ID: 57214792424

Дергач Д.В.

ORCID: 0000-0003-4215-3825

Web of Science Researcher ID: U-3019-2017

Scopus ID: 57221787511

ЖАНР КУЛІНАРНЕ ШОУ У СТИЛІСТИЧНИЙ ПАРАДИГМІ СУЧАСНИХ СЛОВ'ЯНСЬКИХ МЕДІА

Анотація. У статті порушується проблема динаміки медійної комунікації, синхронізованої з її мовною природою, функціями та жанровою системою. Авторська аргументація базується на аналізі жанру шоу, що реалізує функціональний потенціал літературної мови в розважальному та пізнавальному контекстах. Його комунікативний інваріант – жанр кулінарного шоу – інтерпретовано в методології медіалінгвістичної епістемі.

З погляду функціональної стилістики проаналізовано архітектоніку та креолізаційні засоби кулінарного шоу в його різних жанрових форматах. Аргументовано також, що жанр кулінарного шоу спирається на ефективне поєднання інформаційної, пізнавальної та розважальної функцій літературної мови у слов'янському масмедійному просторі. У свою чергу, об'єктивність й ефективність комунікації зумовлює її переорієнтацію в умовах домінування мовного ресурсу, що актуально для архітектоніки цього медіажанру.

Стилістична природа рецепту як комунікативного центру жанру кулінарного шоу дозволила визначити його монологічну та діалогічну/полілогічну форми. Також було досліджено телевізійні й онлайн-формати жанру кулінарного шоу у слов'янському – українському, болгарському, польському – медіапросторі з акцентом на тому, що їх основний когнітивний контекст пов'язаний із розвитком не теоретичних, а практичних умінь і навичок, пов'язаних із процесом приготування. Особлива увага приділяється формуванню іміджу всіх учасників (журі, ведучих, гостей, конкурсантів та ін.) аналізованих кулінарних проєктів загалом.

У статті окреслено перспективу теорії медійної жанрології в її зв'язку з різними традиційними та новими напрямками лінгвостилістичних досліджень, зокрема у психо-, соціолінгвістичній і лінгвокультурологічній перспективі.

Ключові слова: медіалінгвістика, теорія медіажанру, медіажанр, жанр кулінарне шоу, функція мови, когніція, інтертейнмент, ед'ютейнмент.

Інформація про авторів: Шевченко Лариса Іванівна – член-кореспондент НАН України, доктор філологічних наук, професор; завідувач кафедри стилістики та мовної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Дергач Дмитро Валерійович – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри стилістики та мовної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: style_m_k@ukr.net; dimyla_philolog@ukr.net

Introduction

In the modern period of the development of information's communicative context, the mass media update the genre and functional paradigm of the literary language. The media linguistic resource verbalizes new / renewed communication models focused on the effective combination of units performing different functions at the same time. And therefore, their status changes, the functional load of the text and context, synchronized with the communicative nature of the genre, becomes more dynamic. It motivates the change of the genre core and periphery, which adapts to the demands of the mass audience.

.....

Recently, we can observe a trend towards the actualization of entertainment content in the media, which, influencing other, more traditional, communicative forms, dynamizes the formats of edutainment and infotainment in this area. They develop a functional and stylistic paradigm of news, posts in social networks, blogs, vlogs, etc. We consider the genre of the show to be the most indicative of such investigation issue. So, in our opinion, it is not the carrier and resource of only an entertainment function today. The information verbalized in it implies a special influence on the language consciousness of the mass audience: on their mood and emotions (in order to entertain), but also on worldviews and value orientations, when the cognitive component of communication in this genre is actualized. And such "coalition between food and new media has brought about new priorities and standards in taste, relying less on proper gastronomic expertise than on media dynamics and 'metamorphic' claims of social distinction in these times of cultural omnivorousness" [3, p. 347].

According to our observations, talent shows increasingly lose their functional resonance, and the media space is filled with content in the genres of intellectual, culinary, medical, travel, etc. shows. Their functional and sense nature appeals to the formation or dynamics of knowledge, abilities and skills in a certain field of social life, which is realized in game / visualized / commented forms commensurate with the nature of the show. Such research issue isn't represented in the modern linguistic science, especially from the point of view of media genre's theory and practice.

Linguostylistics of the cooking show genre in Ukrainian, Bulgarian and Polish media

Cooking show genre relies on an effective combination of informative, cognitive and entertaining functions of the literary language in the mass media space. In turn, the objectivity of communication determines their reorientation in the dominance of the language resource, which is relevant for the architectonics of this so actual nowadays genre. It is connected with such trend, that "food plays a central role in human society because it not only provides

sustenance and promotes quality of life, but it is also a source of pleasure and enjoyment. Gastronomy and culture now have a significant mainstream presence in people's lives resulting in notable niche markets revolving around food. There has been a noticeable increase in food-centric television networks and shows, social media, and travel (food tourism) in the past two decades" [2].

As H. Curnutt has mentioned, "the growth of culinary television over the past decade has been due in large part to low production costs and an ability to easily adapt content to meet the brand-specific needs of particular niche channels" [1, p. 144].

Traditionally, the communicative base of the cooking show genre relies, first of all, on the monologue form of the presentation, when the *recipe* of the dish and the details of its preparation are placed in the *semantic basis of the information* (for example, as a term is a lexical base of scientific language). According to the well-known recipe's interpretation, there are 3 types of this central element of every cooking show:

1. *Standard*. This classical recipe format is easy to follow because all the ingredients are mentioned at the very beginning of the text. The ingredient list is followed by step-by-step method of preparing of the dish.

2. *Action*. This dynamic recipe format gives the detailed instructions, followed by the list of ingredients and their amount. The different types of verbs are used for explanation of cooking's every part.

3. *Narrative*. This textual recipe format organizes the instructions, ingredients, and their amounts given in paragraph model. It's more actual for short recipes with few ingredients.

These kinds of recipe make the communicative accent of the cooking show genre. For example, in a narrative, linear manner, the presenter systematically uses appropriate culinary terminology, tokens to indicate the names of products, kitchen appliances, types of cutting, degrees of boiling, frying, etc. Such model of communication is general and typical for the cooking show genre and doesn't depend on time and space of culture. We can prove it on the content material of Ukrainian, Polish and Bulgarian projects made in the genre of cooking show.

Linearity is a defining architectonic feature of the cooking show genre, as information regarding the parts of cooking a dish must be verbalized consistently, with a clear adherence to logic and defined principles. In this regard, the recipe of a dish as a communicative basis of cooking project is often represented in a theses, by points – with visualization and minimal commenting on the processes. For example:

Український вінегрет

1. Для приготування українського вінегрету, візьміть **2 картоплини, 2 буряки та 1 морквину**. Запечіть у духовці приблизно 1 годину і 20 хвилин, поки буряк не буде готовий.

2. Візьміть **оцет, солодку гірчицю та олію**, розмішаєте все гарно **вінчиком**.

3. Далі беремо овочі, **нарізаємо кубиком** і заливаємо нашим соусом.

4. В кінці для смаку додаємо **відварену квасолу**, яку перед цим потрібно відварити приблизно 1 годину і 20 хвилин.

5. Щоб додати вінегрету гарного аромату, беремо **спецію пажитник**. Потрібно перемолоти його в ступці та процідити через сито. Половина чайної ложки пажитника дуже гарно змінить смак українського вінегрету. Смачного!

Запеканка от зелен фасул по созополски

- **зелен фасул** – 1 кг, може и от консерва
- **домати** – 3 бр., може и от консерва
- **лук** – 2 глави, кромид
- **магданоз** – 1/2 връзка
- **яйца** – 4 бр. сурови
- **яйца** – 3 бр. твърдо сварени
- **кисело мляко** – 1 кофичка
- **олио** – 1 ч.ч.
- **сол** – на вкус

1. Изчистете **зеления фасул**, измийте го, нарежете го по дължина на две, сварете го в подсолена вода и го отцедете.

2. Запържете ситно нарязания **лук** в половината **олио**, прибавете надробените **домати**, останалото **олио** и накълцания **магданоз**, посолете и прибавете запържката към фасула.

3. Додавайте нарізаните на ситно **сварени яйця**, размесете добре, изсипете в **тавичка** и залейте с разбитите **сирови яйца**, разбъркани с 1 ч.ч. **кисело мляко**.

4. Запечете ястието в силна **фурна**, докато се получи приятна розова коричка, и поднесете порциите с лъжица от останалото кисело мляко.

Puszysty sernik

- 1 kg **sera białego zmielonego**
- 5 **jajek**
- 1/2 **kostki tłuszczu**
- 1 szkl. **cukru**
- **cukier waniliowy**
- 1 **budyń waniliowy**
- **paczka biszkoptów**
- **polewa czekoladowa**

1. Żółtka utrzeć z cukrem i cukrem waniliowym na puszystą masę, dodać tłuszcz, ucierać, następnie porcjami ser nie przerywając miksowania i budyń /proszek/.

2. Z białek ubić sztywną pianę, dodać do masy serowej i delikatnie drewnianą łyżką wymieszać.

3. Okrąglą dużą tortownicę wyłożyć papierem do pieczenia, ułożyć na dno biszkopty, a na nie wylać masę serową.

4. Pieczemy go w nagrzanym do max. 170st. piekarniku na 3 poziomie od dołu 40 min. Po tym czasie piekarnik wyłączyć, a sernik pozostawić do przestudzenia.

5. Można polać polewą czekoladową wg mojego przepisu.

On the other hand, the recipe of a dish in a cooking show of a monologic nature is often represented in the model of the most detailed narrative – in the form of a coherent text. For example:

Особливість **вівсяномлиня** в тому, що його готують на сухій пательні чи трішки змащеній олією. Щоб він не прилипав, оберіть сковорідку з антипригарним покриттям.

В чашу блендера додайте 16 ст. л. **вівсянки**, вбийте 4 **яйця**, влийте 200 мл **кефіру**, додайте 1 ч. л. **розпушувача**, $\frac{1}{2}$ ч. л. **солі** та 2 ст. л. **соняшникової олії**. Перебийте до однорідності та залиште настоятися 15 хвилин. Після цього розігрійте пательню та змастіть соняшниковою олією за допомогою **кулінарного пензлика**. Викладайте столовою ложкою невеличкі вівсяномлиниці діаметром приблизно 7 см та завтовшки 1 см.

Смажте по 2-3 хвилини з обох боків на середньому вогні. Кришкою не накривайте, щоб отримати **хрумку скоринку**. Готові вівсяномлиниці подавайте до столу зі **сметаною**.

Готувати – це просто!

Млечаница

Отсява се в съд **брашно**, прибавя му се малко **сол**, поръсва се с топла вода и между ръцете се стриват трохи. Те се претриват през сито, като продължително се търка с ръка, докато станат като **булгур**, но през това време постоянно се посипва по малко брашно и търкането продължава. Прясно **мляко** около 1 литър ври бавно. "Претричката" се пуска по малко в млякото и непрекъснато се бърка с търкане по дъното на съда, за да не завори. Ври около 10 минути на слаб огън. Тогава се слага около $\frac{3}{4}$ чаша **захар**, ври още около 5 минути, като се бърка и се отнема от огъня.

Makaron w sosie grzybowym

Makaron gotujemy "**al dente**" w osolonej wodzie. Na rozgrzanym **oleju** smażymy na złoto oczyszczone grzyby. Pod koniec doprowadzamy **sosem sojowym**. Zdejmujemy z patelni. Na patelni rozgrzewamy **olej**, wrzucamy drobno pokrojony por i czosnek. Podsmażamy. Dodajemy **grzyby**, przesmażamy krótko. Doprowadzamy **rozmarynem**, dolewamy **śmietankę**. Gotujemy aż sos zgęstnieje, dodajemy **sól** i **pieprz** do smaku. Przed podaniem makaronu z sosem posypujemy całość natką **pietruszki**.

The given models of information's presenting in the monologue format of the cooking show genre are traditional and effectively

practiced in the communicative paradigm of the media. Their common linguistic dominant is the systematic use of professional terminology and specialized vocabulary, which for the mass audience in this case is almost the only source of knowledge and understanding of the details and processes of cooking. As a rule, the presenter does not explain the semantics of the used constructions, but only builds a cognitive chain through visualization. In turn, the syntax of the models proposed for analysis differs in the structure and typology of sentences used in informing. In the statement of the thesis, as a rule, simple sentences function, sometimes complicated by homogeneous predicates and adjuncts, verbs are mostly presented in the form of the present tense or in the imperative mood. In general, it is an effective principle in communication, when the speaker, addressing directly the audience, identifies it with himself. In the text format of the recipe, the sentences are mostly complex, the verbs are again used in the imperative mood, sometimes in the conditional, which allows the author's modality to be verbalized.

Such monologic cooking show models, relevant at the end of the 20th century, are communicatively closed, as they do not provide for an open appeal to the mass audience and its possible reflection on the relevant content. That is why, according to the specifics of modern media, they are not effective today.

In the modern time and space of culture, dialogical / polylogical models of media communication prevail, which require a mandatory address to the potential / real audience, taking into account its value priorities and realizing the possibility of a reverse reaction to the text / information. In the format of cooking project, these features are highlighted by the show component, which was previously updated by the host.

In Ukraine, well-known television cooking shows are "MasterChef" (seasons of amateurs, professionals, children, teenagers, celebrities), "Everything will be delicious", "Hell flour", "Wake up with Hector", "King of desserts", "Mother-in-law or daughter-in-law", "First, second and compote", "Chef of the country", and others. The same format is also known and popular **in Bulgaria**: "MasterChef", "Щипка сол", "Специална пратка",

"Бързо, лесно, вкусно", "Вкусът на България", etc., and **in Poland**: "TipTop Chef", "Top Chef Poland", "MasterChef Poland", "Flavor of Poland", and others.

The communicative dynamics of modern media content and the rapid development of the technical capabilities of online television for researchers are evident extralinguistic factors that motivate the active emergence of alternative vlog formats of cooking shows, in particular on the YouTube platform, the creation of culinary channels by well-known bloggers. Famous and rated among them are: **in Ukraine** – "Tandem AT", "Transcarpathian hostess", "Nashi besagy – food and recipes", "First Culinary Ukraine", "Alina UMAMI", "Ievgen Klopotenko", "Kostyantyn Hrubyh", "Ukrainian food", **in Bulgaria** – Neli, Teodora Titova, Veneta Romanski, Nikol Kuneva, Savina Nikolova, **in Poland** – "Polonist", "Kuchnia Lidla", "Policzona Szama", "Uwaga Babcia Gotuje", "Kocham Gotować", "SkutecznieTv", "Polish Cooking", etc. From the point of view of media linguistic analysis, the proposed content is more linear, simple in terms of linguistic nature, technical means and effects, as it is more often framed as a casual virtual dialogue between a blogger and a mass audience. Visualization also has a special character, as it involves the presentation of a minimally edited video series, where the processes of cooking a dish are recorded in detail, sometimes even without comments.

According to our observations, the cognitive and entertainment context of the cooking show genre is most effectively realized in two formats:

(1) individual or team competitions, evaluated by experts, which ensures the dynamics of the emotional and expressive background of communication and its perception by recipients, as well as the creolized verbalization of professional meanings ("MasterChef", "King of desserts", etc.);

(2) direct communication between the presenter and the invited guest, which involves detail information about the recipe, the preparation of the dish, as well as the discussion of various topical problems of private or public life ("Hell's flour", "Everything will be delicious", "Chef of the country", etc.).

Let's consider the communicative models of today's most rated culinary shows in Ukraine, which generally actualize research resonance.

Thus, the cognitive and entertainment context of the cooking show genre in the "MasterChef" media project is implemented in the model of a dynamic communicative combination of master classes (with detailed recipes for cooking), thematic competitions, judges' verdicts, etc. Verbal components implementing the functional idea of this format are based on the international context of professional communication in the field of cooking. Judges always emphasize the correct use of relevant terminology in its original form, not adapted to the national standard (it seems absolutely logical in use of professional vocabulary). In particular, in the comments, in the replicas, in the tasks of the contests, there is an orientation towards exactly this type of lexeme (and what is important – with an explanation), and not on professionalisms. For example:

1. Specify as many parts of the beef carcass as possible: *sirloin, loin, tailbone, peritoneum, brisket, rib, flank, springtail, ribeye, striploin, rump, flat iron, tenderloin, osso buco, tomahawk, tibone, porterhouse*, etc.;

2. Indicate as many varieties of cuts as possible, using only French terminology: *peisan, brunoise, julienne, baton, jardinière, tournet, tartar, noiset, maceduan, sizzle, concasse*, etc.;

3. Specify the types of pasta: *spaghetti, bucatini, lasagna, farfale, tagliatelle, pappardelle, ravioli, linguine, orzo, tortellini, cannelloni, capellini*, etc.;

4. Specify as many varieties of sauces as possible: *pesto, béchamel, velouté, béarnaise, mayonnaise, hollandaise, vinaigrette, ponzu, romesco, demi-glaze, aioli, sambal, siracha, salsa, chimichurri, picajo, anglaise, tartar, berblanc, tzatziki, yakitori, bordolase*, etc.;

5. Specify methods of preparing raw meat: *stewing, milling, dehydration, fermentation*, etc.

On the other hand, in the cooking show "MasterChef" (in different countries where this format is actual) communicative emphasis is also placed on the professional experience of the

participants, communication between which is also a resource of cognitively oriented information, but often also a component of the show, which is realized in the semantics of emotional and expressive constructions periodically used in the speech.

One of the cognitively effective communicative components of the cooking show "MasterChef" is a master class, when one of the jury members shares his experience with participants and recipients. This type of communication is focused, first of all, on the visualization of the recipe and its very precise verbalization. In this case, lyrical digressions, memories, stories, remarks, additional components of communication, etc. are minimized, and the main communicative emphasis is placed on the dish and the details of its preparation, which is confirmed primarily in the linguistic implementation of the presented information. For example, in one of the programs, a recipe of Kyiv cutlet was presented:

3 масла і кропу зробіть кульки. Далі візьміть крило, виверніть суглоб, поділіть його на 2 частини і звільніть від м'яса маленьку кісточку. Потім поріжте філе на малесенькі шматочки і як слід відбийте його. Далі зачищену кісточку прикріпіть до кульки з масла і кропу, а потім загорніть її у філе. Готову котлету спочатку опустіть у борошно, потім у збите яйце й насамкінець – у панірувальні сухарі. Ваша заготовка для котлети по-київськи готова.

Chef Петър Михалчев показва бърза рецепта за приготвяне на октопод с минимално количество на изхвърлени остатъци при приготвянето. Следвайте следните стъпки:

- 1. Предварително загрята в тенджерата вода.*
- 2. Корито с морска сол.*
- 3. Октопод – вижте във видеото как се почиства.*
- 4. Натриване на октопода в морската сол – така падат песчинките от вкуумчетата.*
- 5. Октоподът се мие в ледена вода.*
- 6. В загрятата вода с е добавя чай матча, дафинов лист, оризов оцет, дайкон, соев сос за аромат (слага се накрая, тъй като е летлив)*

7. Слагате октопода, като първо го темперирайте.

8. Вадите, когато е готов. Шокирайте го, за да спре готвенето. В плик, за да не се измият вкусьт и ароматите.

9. Сервирайте с див лук, соев сос и уасаби.

Such a concept undoubtedly deepens the cognitive resource of communication for the participants and actually the mass audience, that is why we consider cooking projects as cognitively oriented invariants of the show genre.

In turn, in the author's culinary show **"Hell's Flour"** (<https://www.stb.ua/pekelnii-boroshna/ua>) Yevhen Klopotenko actualizes the cognitive context through interesting, original ancient Ukrainian recipes, using for this only national products and taking into account the conditions of modern life and preferences of Ukrainians. The idea of such a culinary show is verbalized, accordingly, in the systematic use of culinary terminology, dialect vocabulary (territorial, social) to designate the names of dishes, products, kitchen utensils, etc., intertextual units, etc. In particular, each issue of the project has its own slogan (which is generally typical for the genre of the show): *"How to make mushroom soup from julienne?"*, *"Borsch with crucian carp – Kobzar's favorite dish"*, *"Rogaliki according to the recipe of Olga Kobylanska"*, *"What did the futurist Mykhailo Semenko like to eat?"*, *"Error2024: are we preparing quiche or knish?"*, *"Lazy dumplings – Ukrainianization of a French tart"*, *"Chebureks – Ukrainian street food"*, *"Say 'no' to the scoop and Soviet vinaigrette"*, *"Shuba salad is undergoing Ukrainization"*, etc. It, in turn, allows recipients not just to update information, but to learn the details of the historical and cultural reconstruction of Ukrainian gastronomy, which motivates the cognitively oriented nature of the cooking show genre and distinguishes it from a traditional culinary recipe.

Also, cognition in the cooking show genre can be manifested in intertextuality. In particular, in the **"Hell's Flour"** project, it can be traced in the reconstructive organization of recipes associated with personalities or epochs known in the history of culture. For example, in one of the issues Yevhen Klopotenko visualized the

preparation of bagels according to the recipe of Olga Kobylyanska, thus actualizing her figure (as well as, in particular, Lesya Ukrainka) in the modern media space:

*"Для того, щоб приготувати випічку по **рецепту самої Ольги Кобилянської**, нам потрібно зробити тісто. Беремо 350 грамів борошна, 150 грамів вершкового масла, один жовток та гарно вимішуємо. Додаємо дрібку солі та за бажанням або одну ложку цукрової пудри, або цукру. Після того, як все гарно вимішали, бажано відправити тісто до холодильника на деякий час. Далі, коли тісто відпочило, розкочуємо його та вирізаємо трикутниками неправильної форми. Змащуємо трикутнички варенням, ідеально було б змастити варенням із полуниці, яке **просто обожнювала Леся Українка**, але можна взяти і те, яке обожнюєте ви. Беремо 50 грамів мигдалю та дуже дрібно його нарізаємо. Посипаємо мигдаль зверху на варення. Закручуємо нашу смачну випічку і відправляємо до духовки при температурі 180 градусів на 35 – 40 хвилин. Дістаємо, посипаємо цукровою пудрою, смакуємо та **згадуємо про українських митців та діячів культури!**"*

The cooking project **"Вкусът на България"** (<https://www.btv.bg/shows/vkusat-na-bulgaria>) shows regional offerings through the eyes of imtextual context of folk memory and local culture, which is interpreted nowadays. It also pays attention on those who have chosen to preserve family traditions in the cultivation of Bulgarian products and preserve authentic recipes, despite current modernization. This culinary show highlights local producers who have chosen the slow path of uncompromising quality, which unmistakably leads to success. Such aim of content appeals to the language consciousness of mass audience through the forming and development of national context in media. It motivates using Bulgarian concepts, symbols, precedent objects in the cooking process as a part of show that will actualize the cognition function for recipients' intellect.

In turn, **"Kitchen Nightmares"** (<http://www.youtube.com/@KitchenNightmares>) kicks off with a unique and different media content. Chief Manchev explains that the show travels all over Bulgaria and shows nightmares related to both hygiene and the performance of official duties, as well as the lack of concept of the owners of what exactly they want from the restaurant and what they can offer. Low professionalism in relations and actions is the main reason for the outflow of customers.

As it is mentioned on the official website, **"Flavor of Poland"** (<https://www.flavorofpoland.com>) "is a culinary-travel television series which will, for the first time in the history of American Public Television, present the country of Poland to American TV viewers like they've never seen it before! Having crossed thousands of miles across Poland, visiting over 30 cities, towns and villages and exploring the country's most majestic landscapes from north to south and east to west, the Flavor of Poland team met with locals, historic, cultural and culinary experts, capturing the most beautiful aspects of Poland on film to bring back to the U.S. and share them all with American TV viewers".

According to the author's information **"The Polish Cooking Show"** (<https://www.thepolishcookingshow.com>) "is a half hour adventure that brings to life the Polish tradition of the mother-in-law teaching her daughter-in-law the recipes of the family and cultural history that goes with them. Each episode is quite literally a verbal transfer of heritage in the kitchen".

The show-component of the analyzed formats in Slavic media is also implemented in an original way: it consists in the vividly individualized speech behavior of the presenters or competitors, as well as of star guests – well-known media personality or simple people who represent national culture. Together they prepare authentic dishes, chat, joke, discuss interesting topics and problems, thus verbalizing a dialogic form of communication. Lingual implementation and bright, seamless visualization of food preparation lie in the dynamics of the syncretic combination of the cognitive and entertainment functions of language in the cooking show genre. It is absolutely motivated to consider it as an actual

example of the edutainment format of the multi-functional cooking show genre in the modern mass media.

Such communication features of the cooking show genre are also connected with image formation of all the participants (jury, hosts, guests, competitors, and others) and the project in general. When analyzing media context from such point of view, we have defined that image is "a communicative phenomenon, perception, ideas that are formed in the individual / mass language consciousness regarding a person / situation / company / brand, etc. by verbal and non-verbal means of psychological influence on real / potential recipients. It is created with the help of PR technologies, propaganda, advertising with the aim of forming in the mass language consciousness an appropriate attitude towards an object, person, event, phenomenon, etc." [4, p. 76].

Image, especially in the media sphere, is not stable but dynamic phenomenon, so, it can be changed in the context of different situations or as a part of communicative strategy in the show. That's why it is pertinent to mention here about the intended / desired image – "a type of image based on the idealization of the characteristics of the subject / object of image creation – in connection with its appearance / actualization in a dynamically changing system of public communication. Often it is formed at the initial stages of a strategically oriented image-building campaign and focuses on the visual, ethical-cultural, linguistic contexts and components of image formation" [4, p. 76]. Thus, if the cooking project is a type of reality show and there are many separate series in one season, such method of influence on language consciousness of mass audience, as intended image's changing, will be realized. For example, desired image of strict / kind / fair jury, host with strange, sometimes mad mood and behavior. Or image of participant with leader character, high level of professional skills and experience – it helps to make a real show in a form of competition with other participants of cooking project within preparing the dishes. According to our research observation, such participant will be in the final episode but will not get the main prize. It is a part of great show with special

communication techniques as intrigue, changing of strategies, paradoxes, epatage, etc.

One more example: the 3rd season of the cooking show "Master Chef", according to statistical data of "STB" TV channel, is the most rated in the entire history of the Ukrainian project. It is associated with the systematic functioning of non-literary vocabulary in the interpersonal communication of the participants, which attracted the active attention of the mass audience, but as a result reduced the quality of the content, its cognitive level and image of the project in general. Taking into account the fact that any media information must comply with ethical norms and standards and reflect the values of society, the language and communication policy of the project was revised, and its show component is reflected not in contexts that are questionable regarding the development of culture, but in the vivid visualization and verbalization of culinary art, which are the dominant characteristics of the analyzed genre.

From the other hand, cooking shows based on separate, not connected with each other series mostly represent the image of the host as media language personality. His / her behavior, skills, communication with guests make the main show accent for content's creating as a strategically oriented component of the genre.

Conclusions

Thus, the media linguistic nature of the cooking show genre summarizes and systematizes its communicative resource in the space of culture. It is functionally aimed simultaneously at information, entertainment and cognition. In this case, the cognitive context is based on the development of not theoretical knowledge (as, for example, in the intellect shows or popular scientific media content), but practical skills and abilities related to the cooking process. From the point of view of functional stylistics, the architectonics of the cooking show in its various invariants is necessarily modeled by typified creolization means. And therefore, verbalized terminological cooking nominations are visualized and commented on in a special way. As an effective result, it forms the communicative basis of the cooking show genre. Such complicated

components of information and communication in modern mass media develop the functional capabilities of the word and literary language in general and determine the trends of its further professional research in a functional and stylistic, psycho-, socio-, media linguistic and linguoculturology perspective.

REFERENCES

1. Curnutt, H. (2016). Cooking on Reality TV: Chef-Participants and Culinary Television. *Food, Media and Contemporary Culture*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9781137463234_9 [in English].
2. Moreo, A., Traynor, M. & Beldona, S. (2022). Food enthusiasts: A behavioral typology. *Food Quality and Preference*, 96, 104369. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104369> [in English].
3. Onorati, M.G & Giardullo P. (2020). Social media as taste re-mediators: emerging patterns of food taste on TripAdvisor. *Food, Culture & Society*, 23(3), 347-365. <https://doi.org/10.1080/15528014.2020.1715074> [in English].
4. Shevchenko, L.I., Dergach, D.V., Dyadysheva-Rosovecka, Yu.B., Syzonov, D.Yu. & Shulinova, L.V. (2023). *Linguistic imageology: dictionary of terms and concepts* [Lingvistichna imidzhelohiya: slovnyk terminiv i ponyat]. Kyiv: Lira-K, 216 p. [in Ukrainian].

Дата надходження до редакції – 12.10.2023

Дата затвердження редакцією – 02.11.2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

УДК 811.111

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.47.50-68>

Alla D. Belova

ORCID: 0000-0002-3014-326X

**GUSTATORY VOCABULARY IN LUXURY FOOD
ADVERTISING (BASED ON *FORTNUM & MASON*
AND *FORMAN & FIELD*
WEBSITES AND SOCIAL MEDIA PLATFORMS)**

Abstract. *The article highlights gustatory lexicon usage in advertising top quality foods by the two famous British shops – Fortnum & Mason (F&M) and Forman & Field (F&F). Advertising luxury goods, including fine foods, requires elegant style, refined vocabulary, particular argumentation and persuasion strategies, the need to communicate taste and flavour parameters precisely and efficiently. Textual description of luxury foods was studied to reveal how gustatory modality is packaged in English on the shops' websites and social media platforms. Taste, smell, touch as sensory sensations attract a lot of attention lately in Sensory Linguistics, Culinary Linguistics, Cognitive Linguistics, Multimodality Studies and Discourse Analysis. The article deals with the sensory vocabulary of English, with language units used to express gustation, "taste" words combinability and frequency, and overlapping zones of gustatory modality and olfactory, tactile, audio modalities when these sensations impact flavour. The research proved that basic taste terms – taste, salty, bitter, sour – that are used for conceptualization and categorization of sensory sensations are seldom used in promotion of fine foods; "flavour" is obviously preferable to "taste"; one of the basic taste terms – "sweet" – enjoys high frequency. Advertising foods on websites is more detailed and saturated with gustatory terms in comparison with promotion of the assortment on Facebook and Twitter. The adjective "delicious" and its derivatives remain the most frequently used words to characterize high quality of the luxury foods and delicious taste indicators. F&M's gustatory lexicon turned out more diverse than F&F's. Source-based taste words are used to denote the ingredients that predetermine the flavour. Flavour of F&M's foods is conceptualized and emphasized through –ness nouns. Intensifiers – derivatives of taste words and non-taste words – accentuate the flavour parameters. English gustatory lexicon is extended considerably through 'non-taste' adjectives with the positive evaluative meaning. Though gustation and olfaction are considered to be interconnected when tasting and eating food, olfactory modality is rarely*

.....
found in foods descriptions while texture and freshness of some foods become of special importance.

Keywords: *advertising, gustatory lexicon, gustatory modality, sensory linguistics, culinary linguistics, olfactory.*

Information about authors: *Belova Alla Dmytrivna – Doctor of Sciencies (Linguistics), Full Professor; Head of the Department of English Philology and Intercultural Communication; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.*

E-mail: *profbelova@gmail.com*

Бєлова А.Д.

ORCID: 0000-0002-3014-326X

СМАКОВА ЛЕКСИКА У РЕКЛАМІ ВИШУКАНОЇ ЇЖИ (НА МАТЕРІАЛІ ВЕБСАЙТІВ ТА СТОРІНОК У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ *FORTNUM & MASON* ТА *FORMAN & FIELD*)

Анотація. *Стаття висвітлює використання лексичних ресурсів англійської мови для ретрансляції смакових якостей вишуканої їжі в рекламі на сайтах та соцмережах двох відомих магазинів із давньою історією – Fortnum & Mason (F&M) та Forman & Field (F&F). Реклама товарів класу люкс, високоякісної їжі зокрема, вимагає вишуканого стилю, витонченої лексики, досконалих стратегій аргументації та переконання, максимально точного опису смаку та аромату. Вивчення текстуальної оболонки смаку на сайтах та в соцмережах F&M та F&F дозволяє визначити мовні засоби смакової модальності. Смак, запах, дотик як сенсорні відчуття останнім часом привертають увагу сенсорної лінгвістики, "кулінарної" лінгвістики, когнітивної лінгвістики, теорії мультимодальності, дискурсивного аналізу. Стаття присвячена вивченню "смакової" лексики сучасної англійської мови, сполучуваності та частотності відповідних лексичних одиниць, зон перетинання смакової модальності з ольфакторною, тактильною та аудіомодальністю. Аналіз матеріалів сайтів та соцмереж засвідчує, що базові смакові терміни, які використовуються для концептуалізації та категоризації смаків в англійській мові, майже не вживаються для опису смакових якостей вишуканої їжі; найбільш частотними базовими термінами є flavour та sweet. Реклама товарів на сайтах є більш детальною та насиченою "смаковими" лексичними одиницями, ніж пости у Facebook. Прикметник "delicious" та його похідні є найбільш частотними одиницями для опису смакових якостей вишуканої їжі. Смаковий лексикон F&M налічує значно більше одиниць, ніж спостерігається в*

текстах F&F. Помітними є "смакові" лексичні одиниці, компоненти яких позначають важливі для смаку інгредієнти. Смак та аромат товарів F&M підкреслюється за допомогою іменників із суфіксом –ness, деякі з яких є оказіоналізмами. Інтенсифікатори – похідні "смакових" і "не-смакових" одиниць – підкреслюють певні характеристики смаку. Кількість "смакових" термінів в англійській мові збільшується за рахунок "не-смакових" одиниць з позитивним оцінним значенням. Хоча смак та аромат пов'язані під час вживання їжі, ольфакторна модальність майже не згадується в рекламних текстах, одночасно текстура та свіжість виявляються більш важливими для характеристики смакових якостей певних товарів.

Ключові слова: реклама, сенсорна лінгвістика, "кулінарна лінгвістика", смакова модальність, смаковий лексикон, ольфакторна модальність.

Інформація про авторів: Белова Алла Дмитрівна – доктор філологічних наук, професор; завідувач кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

E-mail: profbelova@gmail.com

Sensory perception is of vital importance for all living species, for their survival and environment cognition. Though traditionally recognized five senses (sight, hearing, touch, taste, and smell) known as *The five senses folk model* or "*Aristotelian*" senses were of interest for scholars more than 2000 years ago, Sensory/ Sensorial Linguistics became noticeable as a trend just in the beginning of the 21st century. Studies of *embodied cognition* – conceptualization and categorization of sensory sensations evidenced through languages – and of sensory vocabulary in English and other languages can be of value for advertising, marketing, food industry and food science and for the research of fundamental linguistic issues such as semantic universals, lacunas, sensory modalities in world languages.

Taste has been attracting a lot of attention lately [2; 3; 4; 5; 6; 8; 11; 12; 13; 14; 17; 18; 19]. Gustatory vocabulary, "tasty" words in everyday speech, in food industry, in advertising are investigated in English and other languages [1; 9; 16]. Scholars make diverse experiments in different fields of research – Neurolinguistics, Psycholinguistics, Cognitology, Cognitive Linguistics, Cognitive Psychology, Multimodal Discourse Analysis. One of hypotheses is

the interconnection of gustation and olfaction. Taste and smell are distinguished within *The five senses folk model* but flavour sensation, as modern scholars believe, results from the interaction of taste and smell.

Gustatory vocabulary, "tasty" words in everyday speech, in food industry, in advertising, *ineffability* of taste sensations are studied in English and other languages [1; 7; 9; 10; 15; 18]. Scholars study neurophysiology of taste and smell [2; 15], physiological multisensoriality of taste [13], lexical-gustatory synesthesia, phonological aspects of gustatory terms [3].

Online communication and digital technologies transformed many professional fields. In the era of e-commerce and online shopping advertising discourse changed considerably as well. Website, a must-have of any business, is to promote goods, to give detailed description of the assortment items. Social Media platforms gave multiple and diverse opportunities to businesses to communicate, to keep feedback with the clients and customers, to highlight many keypoints of their collections, manufacturing process, product packaging design, work of professionals, to implement multimodal approach and employ different modes in advertising depending on the platform, audience preferences etc.

To analyze gustatory lexicon in advertising websites and social media platforms of the two London-based shops – *Fortnum & Mason* and *Forman & Field* – were selected. Both shops specialize in top quality foods. Word frequency was analyzed with *Free Word Cloud Generator* (<https://www.freewordcloudgenerator.com/generatewordcloud>).

Fortnum & Mason (F&M), the UK Store, is one of the oldest businesses in the United Kingdom. Founded in 1707 as a grocery store that began to specialize in ready-to-eat luxury meals, Fortnum's evolved into a department store that continues to focus on stocking a variety of exotic, specialty and also 'basic' provisions. The World's Most Famous Cornershop with a 314-year-long-timeline has lots of favourite memories to share but in the 21st century the wonderful world of Fortnum & Mason is chronicled by the website and social media.

F&M website is used to inform customers about wide food assortment, new arrivals, to advertise goods and provide information for online shopping. Regular changes of the website content are to commemorate historic events (for instance, Platinum Jubilee of Elizabeth II, coronation of Charles III), to mark great holidays (Christmas, Easter) and seasonal traditions (for example, Summer picnics). The website sections open with catchy and memorable slogans characteristic of the advertising discourse: *Unpack an adventure / Ready, Set, Picnic! / Here Comes the Sun / Toast The Summer! / It's Always Time for Something Delicious... / Make It a Fortnum's Feast / To The Great Outdoors, with Fortnum's / It Can Only Be a Fortnum's Hamper / There's Nothing Sweeter... / What's Tea Without Biscuits? / Let's Go Al Fresco (Discover Every Picnic Essential at Fortnum's).*

Advertising luxury foods demands refined vocabulary, sophisticated narration and storytelling techniques that meet high standards of the wide luxury food assortment. As F&M stocks luxury food communicating taste in the best way is of outstanding importance. The website reveals efficient implementation of English gustatory lexicon. Though *taste* is the basic term of the gustatory modality in English it is not used in the texts, its derivative *tasty* (frequency rate – 18) occurs more frequently, and the synonyms of *taste* – *flavour* (24), *flavours* (29) – look much more preferable.

Flavour is communicated textually in many ways, mostly via numerous word collocations that reveal combinability of this word: *a complex flavour, spicy and fragrant flavour, intense flavour, predictably full flavour, a delicate blend of sweet and savoury flavours/ distinct flavours / a treasure trove of flavours/ positively bursting with flavour / ...that are absolutely dripping with flavour/ deep-flavoured / the flavoursome beef / Embark on a worldwide adventure and discover rare and intense flavours like nothing you've tasted before.* Flavour might be the result of mixing multiple ingredients and cooking techniques therefore it can be presented in a descriptive way: *The fat adds a buttery texture and profile that lingers with every bite. / On the palate there are delicious notes of summer berries with a delightful acidity and light, elegant*

tannins. / *Intensely aromatic with strong, savoury notes, the complex flavour combines sweet nuttiness with a salty depth and a long, lingering aftertaste.*

Delicious (61) and its derivatives (*deliciousness* (6), *deliciously* (2)) remain the most frequent among gustatory terms on F&M website: *delicious bouquet, a delicious after-dinner confection, delicious iced biscuits, a delicious addition to... / a delicious vegetarian feast / a delicious and organic blend of Grenache, Cinsault and Syrah/ packed with delicious delights / discover a plethora of deliciousness to enjoy on your big day/ more than provide deliciousness/ ...deliciously moist and moreish, each Scotch Egg contains a free-range egg with a vibrant orange yolk coated in British outdoor-reared pork / It will pair deliciously with a creamy risotto, smoked salmon and chocolate pudding*). The frequency of another adjective – *scrumptious* (19), the synonym of *delicious*, proves that general exceedingly pleasant taste sensation remains the main factor in advertising luxury foods and taste evaluation.

Unlike other basic taste varieties – *salty/ salted* (10), *bitter, sour* (*sour notes and light acidity / offering light floral notes and a refreshing acidity*), which occur in the texts not often, the adjective *sweet* (30) turns out the most frequent, after *delicious*, in communicating taste.

Combination of basic taste varieties is pretty rare: *salty-sweetness, bittersweet chocolate with intense flavour / Opening with zingy sweet passionfruit, ending with botanical flourish of anise from the liquorice/ the perfect combination of sweet and salty/ perfectly balanced by sweet-spicy pink pepper/ Salty-sweet and chewy toffee combines with plump dates in this expertly baked and abundant chocolate covered biscuit masterpiece.*

Umami, another basic taste term that was added to the list recently, is used just a couple of times: *rich journey through malty cocoa into earthy umami notes, ending with black truffle and a hint of sweetness/ A satisfying mix of umami and sweet buttery Madagascan vanilla caramel, with a long finish.*

Noteworthy, some taste types on F&M website are conceptualized and emphasized with the – *ness* nouns. Some of them

look occasional (*orange-ness*) and thus, attract attention immediately: a subtle *sweetness*, light grassy *sweetness*, fruity *sweetness*, the exotic *sweetness* of sugar cane and malt, full of *salty-sweetness*, to add a little *sweetness* / to bring out a spectacular *tartness* and *sweetness*/ ...just melt-in-the-mouth *deliciousness*! / a mellow *fruitiness* and outstanding *orange-ness* sweet *nuttness*, producing an extremely moreish *nuttness*/ delivering a fresh *zestyness* / Our latest innovation in biscuity *goodness*/ Discover the *deliciousness* of Toffolossus time.

A set of source-based "tasty" adjectives and a cluster of nouns that denote fruits, vegetables, spices make it possible to describe flavours through essential ingredients: Crunchy, *nutty*, *buttery* and *chocolatey* – no wonder it has such a loyal fan club / well-balanced with *salty*, *lemony* undertones / *honey-like* flavour / A peerless pickle of *swede*, *parsnip*, *carrot*, *turnip*, *apple* and *celeriac* / The sweet *beetroot* flavour of these savoury biscuits is accompanied by mildly bitter *nigella seeds* and finished with a light dusting of flour, providing a unique addition to your cheeseboard.

Adjectives with the evaluative meaning that might be rendered as semantic superlatives, convey the idea of top quality and exclusiveness of the foods offered by F&M: *delightful* breakfast feast box, *exemplary* beef, a *perennial* favourite, *first-class* range of beef, *extraordinary* breakfast, *fabulous* biscuits, *perfect* accompaniment to any meal, *perfect* for soft, indulgent cheeses, a *truly extraordinary* addition to your Afternoon Tea or the *perfect* dinner party appetiser, an *irresistible* blend of tropical fruits and complex tea notes, *exclusive* to Fortnum's. *Perfect* for entertaining and *divine* when served with Fortnum's LBV Port.

Exquisite flavour of F&M foods is emphasized in the texts by adverbs – derivatives of the most frequent taste adjectives and adjectives with the positive evaluative meaning and the meaning of indefinite huge quantity: a *deliciously* decadent hazelnut, *deliciously* crisp, *deliciously* moist and moreish, a *deliciously* traditional handmade small batch preserve, a *deliciously* sweet Heather Honey infused Round, a *deliciously* smoky twist on the traditional cheese straw / *deliciously* bright preserve/ *wonderfully* buttery / *wonderfully*

light/ *wonderfully* crisp and elegant/ *beautifully* creamy, beautifully decorated / *intensely* chocolatey without being overly rich / *Colossally* good! / An extraordinarily British set. The highest degree of intensification is expressed by the adverb *infernally* with negative connotations (of or relating to a nether world of the dead, of or relating to hell, hellish, diabolical (Merriam-Webster Dictionary): ***Infernally* tempting, it's the biscuit that bites back.**

It is quite important to communicate the blend of taste and smell sensations in the mouth. On F&M website olfaction is mentioned in some cases through a variety of collocations: *delicate fragrance, an intense savoury aroma, balanced by aromatic coriander, notes of tropical fruits on the nose / a nose of raspberry Pavlova, sherbet, wild strawberries, elderflower and oolong delivers a wonderful freshness.* Some flavour descriptions prove that the interconnection of gustation and olfaction is essential when tasting and eating food: *The resulting ham has an intense **savoury aroma** and a **complex flavour** that combines sweet nuttiness with a salty depth and a **lingering, satisfying aftertaste.***

Some foods descriptions demonstrate audio modality makes a considerable impact on taste. Audio modality is conveyed in the texts through the adjectives *crisp* (13) and *crunchy* (10) that are traditionally used in food reviews and advertisements: *deliciously crisp, irresistibly crisp, wonderfully crisp and elegant, vista crisps will keep you coming back for more/ sophisticated yet crunchy / the crispy crepe Feuilletine / crunchy summer courgettes/ crunchy, buttery and marbled with chewy whole stem ginger pieces. deliciously crunchy / scrumptious soft and crunchy amaretti / A scrumptious, crunchy gingerbread biscuit.* Sound imitation is another example of audio modality (a *fizz-filled* breakfast).

Texture of foods falls into the domain of tactile modality and can be described in the texts as *buttery texture / slightly chewy and gently crunchy texture/ a smooth, rich texture/ **light and flaky** creations / the buttery velvetiness of the cheese/ Velvety milk chocolate with a delightfully textured crunch of moreish almond praline.*

High-quality and exclusiveness of F&M foods are conveyed via the words *hand-made, hand-painted, hand-selected* and *traditionally*

cured (Made and *hand-decorated* in England, this collection of caramels is an exploration of our centuries' worth of curiosity. The grapes are *handpicked*, *delicately pressed* in whole bunches and macerated for a shorter period to produce a wonderfully light, salmon pink colour), the superlative degree of the adjectives (*best and most buttery* biscuits/ some of *the world's creamiest* milk), semantic superlatives (*premium* quality seafood, the *perfect* accompaniment to any meal), words associated with exclusive and expensive things (Darjeeling is known as *the 'Champagne of teas'* for its complexity and muscatel character) and the combination of all these stylistic means in the sentence (*Delight* in this moreish assortment of juicy jumbo raisins enrobed in the *finest* Belgian milk, white and dark chocolate. The perfect after-dinner treat/ *Lovingly crafted* by our *expert confectioners* with *the finest real fruit*, these *superbly sweet and juicy* fruit jellies are finished with a light dusting of sugar).

Persuasion strategy is realized as the lure in the advertisements through idiomatic collocations: *mouth-watering* selection box/ *melt-in-your-mouth* gingerbread, baked to perfection and finished with deliciously sweet icing.

Fortnum & Mason prioritizes an impressive range of social media platforms enumerated on the website as *@fortnums*. Pinterest contains numerous photos of F&M hampers, provisions, drinks, many other items of the assortment. Instagram is used to promote goods and includes photos of F&M assortment, work of artists on packaging design, photos of personnel and customers inside and outside the shop. Facebook familiarises visitors with F&M outlets and urges them to plunge into the delicious world. Direct and indirect directives induce visitors to try F&M foods:

Let's Picnic! 🍓🥪🥤🍷 *Our fully-furnished picnic hampers are filled with every fresh air feasting necessity – from fresh food feasts to toast-worthy tipples. Dig in!* (01/7/23) **Robust and malty, Fortnum's Breakfast Blend is the perfect morning pick-me-up. Add a dash of milk and enjoy.** (01/7/23) *It's time for tea!* ☕ **Join us at The Parlour** (01/7/23) / *Champagne for breakfast... It's a yes from us!* 🍷🍾 (01/7/23) **Shake your tail feathers!** 🦚 *Our glorious Peacock*

.....
Installation is here to stay for the summer! Have you seen it yet?

Join us in Piccadilly (30/06/23) Toast to summer! 🍷🍷 **Enjoy 25%** 🍊 off all Fortnum's Wine and Bubbles when you buy a mixed-case of any six bottles. **HURRY! Offer ends midnight tomorrow. Shop now!** (30/06/23) **Think pink!** Bright, crisp, with delicious notes of summer berries, Fortnum's Côtes de Provence Rosé is a delightfully fresh and fruity tippie. (4/06/23) **Espresso yourself!** ☕ Fortnum's delicious Espresso Daiquiri combines the tropical pineapple and coconut notes of our London White Rum with an intense, freshly-brewed espresso and sweetly-decadent coffee liqueur. **Simply chill, shake and serve straight!** (1/06/23)

Exclamatives in the posts contribute to happy, festive mood and intensify the inducement: **POP!** 🍷🍷 Friday calls for something sparkling... Sparkling Tea, that is. (30/06/23) **Deliciously fruity!**

🍓☕ Sweet strawberries and strong black tea blend to create this refreshing loose leaf brew. (30/06/23) **Hip hip hooray!** 🎉 Filled with celebratory essentials including Salted Caramel Florentines, Champagne Chocolate Truffles, Pistachio & Clotted Cream Biscuits and even a bottle of Blanc de Blancs Champagne, Fortnum's Congratulations Hamper was created with all life's hurrah-worthy moments in mind (30/06/23).

The exclamative **NEW!** is used to highlight new delicious arrivals:

NEW! 🍷🍷 The Champagne of Teas. 🍷🍷 The first crop, or 'flush', of the season is a moment tea connoisseurs wait all year for, and this highly-prized blend is well worth the wait. Fortnum's 2023 Badamtam First Flush Darjeeling is now available in Piccadilly and online! (29/06/23)

NEW! 🍌 With a chewy caramel, hazelnut and praline centre and thick milk chocolate coating, these decadent biscuits are so delicious it's virtually impossible to stop at just one. Quite simply, a taste of biscuit heaven! (24/06/23)

NEW! 🐱 No matter how adorable they may be, we're still going to polish off this delicious pack of Man's Best Friend Iced Biscuits. A delightful gift for dog-loving Dads this Father's Day! (14/06/23).

In line with social media models F&M post are peppered with emojis, some of them picture fruits and other foods:

NEW! 🍊🍓🍊 Discover a trio of delicious Fortnum's spreads with the Breakfast at Piccadilly Gift Pack featuring our sweet Strawberry Preserve, zesty Lemon Curd and thick-cut Sir Nigel's Orange Marmalade. (29/06/23) What's cooking? 👨‍🍳 There's always something delicious to see at Fortnum's brand-new Food & Drink Studio. **Visit us on the 3rd Floor!** (22/06/23) Calling all little prince and princesses! 👑 From a buttery Crown Biscuit with colourful fruit jewels to a sweet Vanilla Ladybird Lollypop and Strawberry Chocolate Cupcake, Fortnum's Children's Coronation Afternoon Tea is fit for royalty. Join us in The Diamond Jubilee Tea Salon this **#HalfTerm!** (30/05/23) Paws off Paddington! 🐻 Shop here (25/05/23)

Facebook content analysis proves that gustatory vocabulary of F&M in posts is quite limited in comparison with the website and the adjective *delicious* with its derivatives is an absolute leader:

Feelin' peachy! 🍑 Fortnum's Black Tea with Peach is a delightfully fruity brew, and the ideal accompaniment to our delicious Marzipan Fruits. Shop here (6/06/23) Delicious reads!

📖 Fortnum's Book Shop is the perfect place to find foodie inspiration and take home a new culinary companion. Your reading list has never tasted so good! Shop Cookbooks (5/06/23) Fortnum's in The City! 🇬🇧 From biscuits to bubbles and everything-in-between, you'll find plenty of Fortnum's deliciousness at The Royal Exchange. (8/06/23) And relax... ☕ Fusing calming notes of oolong tea with hints of blueberries, calendula and goji berries, Fortnum's Grace

.....
Botanical Infusion is a deliciously rejuvenating blend designed to soothe and reset. (5/06/23) Deliciously zesty and refreshing, Fortnum's Green Tea with Lemon loose leaf blend is the perfect pick-me-up. 🍋 (23/05/23)

Other gustatory terms in Facebook F&M posts are *sweet/sweetness, spicy, citrussy* and *velvety*:

A delightfully sweet blend created as part of our limited edition Coronation collection, Fortnum's Pineapple and Coconut Infusion is delicious served hot as well as over ice as a refreshing cold brew (29/05/23). If you like piña coladas! 🍍🥥 A delightfully sweet blend originally created for the Coronation of His Majesty King Charles III, this Pineapple and Coconut Infusion is delicious served hot as well as over ice as a refreshing cold brew (13/06/23)

Sweet 🍒 and spicy! The perfect partner to a deliciously strong cheese, Fortnum's tangy Chilli & Tomato Jam features the finest fresh red chillies grown in the Vale of Evesham. Perfect for picnics! Shop here (6/06/23) Light, citrussy and thoroughly sippable, Fortnum's Amalthea Dry Gin is the perfect Saturday night companion. Serve over ice with good quality tonic and a twist of orange. Cheers! (3/06/23) With bursts of orange blossom and a subtle floral sweetness, our much-loved Fortmason Blend comes to life as a beautifully buttery biscuit (29/05/23) Spoons at the ready!

🍴 Sweet, creamy, and topped with velvety Italian Meringue, the Knickerbocker Glory is Fortnum's signature sundae. But don't just take our word for it, try it yourself! (8/06/23).

Forman & Field is another famous shop specialising in top quality food since 1905 when Harry Forman turned smoked salmon into a gourmet delicacy. Frequency of the words *smoked salmon* (50/ 62 respectively) proves this delicacy remains essential in F&F's range of fine food. Word Cloud Generator reveals that F&F's food selection is quite different from F&M:



Picture 1. Fortnum & Mason Website. Word Cloud Generator



Picture 2. Forman & Field. Word Cloud Generator

F&F website contains quotations from popular editions *The Daily Telegraph*, *The Spectator*, *TATLER* as an argument for uniqueness and high quality of British food that tastes as eating out at a restaurant. On the other hand, F&F makes categorical statements about luxury food they offer, for instance: *British cheeses are the best in the world. There. We said it. They are fresher, more flavoursome, and more fun. End of.* / *You could compare it to camembert but frankly this is worth ten of those flavourless, mass-produced discs imported from Normandy.* Finally, advertising

different foods F&F incorporates into the texts highly complimentary comments of their clients: *"Very addictive!" / "Notably outstanding" / "So moorish, exceptional quality, I've fallen in love." / "Who needs turkey when you have Forman and Field's Gravadlax!?" / "Really tasty and came in a beautiful kilner jar" / "Sublime and delicious-perfect execution! / "Delicious, service was friendly and helpful too" / "Seasoned expertly and easy to prepare!" / "All my guests said it was delicious!" / "Extremely good and got our lunch party off to an excellent start." / "Perfectly seasoned" / "Absolutely delicious and top quality!" / "Much appreciated by the whole family."*

F&F gustatory vocabulary is not as diverse as F&M but some trends are similar. For example, *flavours* (16) not *taste* are described in the texts. Naturally, as F&F foods assortment is different word collocations with flavour differ from those we can observe on F&M website: *long lasting flavours of warm earth, farmyard and mushrooms / earthy flavours / deep, rich, savoury flavours / a whole variety of natural flavours / a slightly saltier and smokier flavour / milky flavour with woody notes and hint of peanut/ to bring spice and depth of flavour/ The dry, zesty notes complement the deep, rich salmon flavours perfectly / A moreish, flaky cheese with a slightly sweet, nutty flavour/ Flavour-wise it tastes similar to wild salmon; perhaps a touch more delicate but with that same natural, slightly gamey flavour.*

Such basic taste terms as *texture* (14), *sweet* (14) have almost the same frequency on F&M website: *addictive combination of salt and sweet / saltiness of a maple back bacon, with the chew of candied salmon / Warm, nutty, with a subtle sweetness.*

Delicious (27) is the most frequently used taste word on the F&F website: As the good bacteria start to break down the cheese the cheese softens and softens into a glorious spread – *delicious!* / Lean smoked salmon by Forman & Field is subtly smoky and *delicious.* / So simple, *so delicious.* / Ridiculously easy to cook and *utterly delicious.* / Simple, elegant and *delicious.*

High quality of British foods is communicated through other adjectives with positive evaluative meaning that do not belong to the lexico-semantic group of taste words – *best* (26), *beautiful* (19),

classic (19), *finest* (17), *perfect* (16), *traditional* (13), *fantastic* (9), and other words associated with top quality – *quality* (22), *artisan* (16), *expertly* (16), *homemade* (13), *delicacy* (7): *Our range is perfect for adding a luxurious touch to dinner parties or date nights. / Made with the finest pork and a blend of Christmas spices / exquisite beauty, luxury meat pies, luxurious selection of hard cheese astonishingly moreish and almost impossible to replicate at home / truly special/ stunning example of artisan British cheesemaking/ expertly smoked and prepared by our artisans/A top-notch accompaniment / satisfies savoury cravings. / This fabulous fish bundle contains.../ Caviar is often regarded as one of the world's finest foods; at Forman & Field, we appreciate that this luxury food is a delicacy its own right / Also a fab snack on its own.*

Some advertisements are completed with semantic superlatives that finalize the taste descriptions in the best possible way: *A beautiful blue from West Wales – Perl Las means blue pearl in Welsh; delicately salty and creamy. Fab. / Fabulous with cheese, Scotch Eggs and Welsh Rarebit Topping then top with a sweet, heady Port glaze. Marvellous. / The cure is applied after cold smoking in the kiln, so this is effectively smoked salmon with a very slight sozzle. / Marvellous dry salted and smoked to unctuous perfection in, oddly enough, Arbroath. Glorious. / It's rich, sweet, nutty, milky, heavenly.* Semantic superlatives in the final position leave effective argumentative "aftertaste" and look efficient in realization of the persuasion strategy. The usage of semantic superlatives in the texts helps to establish gradation of meaning, intensity and scalability of these adjectives within gustatory modality.

F&F texts include food-related idioms and idiomatic expressions: *as fresh as a French daisy / Do you have a sweet tooth? ... your willpower will be seriously tested by delicious treats below / Succulent, melt-in-the-mouth, heaven.*

Texture of the F&F foods looks important and tactile modality can be verbalized in various ways: *creamy texture/ a drier texture / delicate pearls and its sublime, buttery texture/ rather, delicate and light / heavenly blend of clotted cream and fresh vanilla buttercream, light-as-a-feather freshly baked scones, wonderfully light / Cheesy,*

truffley heaven. / A smooth, silky, golden cheese/ Creamy goat's cheese / soft, glossy texture / A creamy, white bloomy-rind cheese / Smooth silky texture and a golden curd / for a slightly spicy flavour with just a hint of sweetness and a chewy texture/ 'dry' or 'oily' slices of salmon / fatty or lean salmon / Quite a rarity. This Russian delicacy, made with large female freshwater sturgeon, is creamy in texture.

Aroma is not often mentioned in the descriptions of F&F foods: The aromas of the King Scallop and Salmon Kebabs in Sunblush Oil are heavenly... Freshness is another important criterion F&F focuses on: *Our fatty smoked salmon is the freshest around/ Fatty smoked salmon has hardly any saltiness or smokiness, which allows you to fully appreciate the freshness of the salmon / ...you can rely on us to deliver only the freshest ingredients and meals.*

Audio modality, if it is essential for the flavour perception, is conveyed through the adjective *crisp*: *Crisp, buttery shortcrust pastry / Crisp, flaky and full of intense cheesy flavours, made with artisan British cheese.*

Forman & Field's posts on Facebook are devoted to master classes, advertising tools (carving kit, rosewood-handled knife *etc.*), BBQ and picnics in summer, the range of foods available.

To entertain visitors some F&F Facebook posts are peppered with emoji:

Happy #FishFriday 🐟🍷🍷

Today we're bringing you our best-selling Restaurant Collection

Fishcakes 😊

Made with great big chunks of prime fish, they're perfect for a quick mid-week meal 🍷

Available in 5 delicious flavours including:

🍷 Lobster & Salmon

🐟 Hot-Smoked Salmon

🍷 Smoked Haddock

🍷 Sole Bonne Femme

🍷 Spicy Thai Crab

Which one is your favourite? Let us know in the comments!
(29/04/2022)

A little BBQ inspo for the hottest day of the year so far...



Whole cooked lobster with garlic butter



Tiger Prawn and Parma ham brochettes



Seabass stuffed with fennel and lemon



Salmon & dill burgers



Grilled salmon steaks

Are you firing up the grill today?? Let us know what you're cooking in the comments 🔥 (17/06/2022)

The posts are mostly about F&F major delicacy – smoked salmon, the gustatory vocabulary is restricted to a couple of words: *Don't miss this rare opportunity to experience the taste of this **incredible** fish, from the River Tweed./ We are fortunate enough **to be the last (and only!) supplier of the incredible** River Tweed salmon in the world./ Featuring **a mouth-watering selection** of our favourite breakfast treats.*

Further research of gustatory lexicon in English, in the texts of different genres, in different discourse types will make it possible to identify the varieties of taste and the bulk of taste words, to find out more about the interaction of gustatory and other sensorial modalities, to compare the size of gustatory modality in English and other languages, to discover culture-specific characteristics, variability of taste and smell perception, to reveal ineffability and scalability of sensory modalities, to ascertain multisensoriality of sensorial sensations and semiotic strategies used to package taste and flavours.

REFERENCES

1. Bagli, M. (2021). *Tastes We Live By: The Linguistic Conceptualisation of Taste in English*. Berlin/Boston [in English].
2. Brillat-Savarin, J.-A. (2019). *The Physiology of Taste: or Meditations on Transcendental Gastronomy*. Dover Publications, Inc. [in English].

3. Colizoli, O., Jaap, M.J. & Rouw, R. (2013). *A taste for words and sounds: a case of lexical-gustatory and sound-gustatory synesthesia*. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2013.00775/full> [in English].
4. Croijmans, I. & Majid, A. (2016). *Not all flavor expertise is equal: The language of wine and coffee experts*. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0155845> [in English].
5. Freedman, P. (2019). *Food The History of Taste*. Thames Hudson, 336 p. [in English].
6. Hawkes, C.H. & Doty, R.L. (2018). *Smell and Taste Disorders*. Cambridge University Press, 424 p. [in English].
7. Levinson, S. & Majid, A. (2014) Differential ineffability and the senses. *Mind & Language*, 29, 407-427 [in English].
8. Louwerse, M. & Connellb, L. (2011). A Taste of Words: Linguistic Context and Perceptual Simulation Predict the Modality of Words. *Cognitive Science*, 35, 381-398 [in English].
9. Magee, H. (2009). *Talking About Taste: How the Description of Food Means and Does*. URL: https://www.swarthmore.edu/sites/default/files/assets/documents/linguistics/2009_Magee.pdf [in English].
10. Narisano, L. (2020). *Sensory Linguistics: expression and conceptualisation of experience through the verbs of taste and smell*. URL: <https://unire.unige.it/bitstream/handle/123456789/3438/tesi15324339.pdf?ssequence=1> [in English].
11. *Perspectives on Taste Aesthetics, Language, Metaphysics, and Experimental Philosophy* (2022) / Ed. J. Wyatt. Routledge [in English].
12. Proudfoot, B.W (2017). *The Development of Taste, and Other Studies in Aesthetics*. Andesite Press, 422p. [in English].
13. *Putting Words in Your Mouth: The Whimsical Language of Food* (2022). URL: <https://daily.jstor.org/putting-words-in-your-mouth-the-whimsical-language-of-food/> [in English].
14. Stuckey, B. (2013). *Taste: Surprising Stories and Science about Why Food Tastes Good*. Atria, 368 p. [in English].
15. Winter, B. (2016). Taste and smell words form an affectively loaded part of the English lexicon. *Language, Cognition and Neuroscience*, 31, 975 [in English].
16. Winter, B., Perlman, M. & Majid, A. (2018). Vision dominates in perceptual language: English sensory vocabulary is optimized for usage In *Cognition*, 179, 213-220 [in English].
17. Winter, B. & Strik Lievers, F. (2018). Sensory language across lexical categories, *Lingua*, 204, 45-61. <https://doi.org/10.1016/j.lingua.2017.11.002> [in English].

18. Winter, B. (2019). *Sensory Linguistics*. John Benjamins Publishing Company [in English].

19. Vercelloni, L. (2016). *The Invention of Taste. A Cultural Account of Desire, Delight and Disgust in Fashion, Food and Art*. Routledge [in English].

RESOURCES

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/infernally>

<https://familybusinessunited.com/the-oldest-family-firms-in-britain/>

<https://www.fortnumandmason.com/stories/our-history-timeline>

<https://www.fortnumandmason.com/stories/our-history>

<https://www.formanandfield.com/>

<https://www.facebook.com/formanandfieldfans>

<https://www.browserling.com/tools/word-frequency>

<https://www.freewordcloudgenerator.com/generatetwordcloud>

<https://www.formanandfield.com/>

Дата надходження до редакції – 01.08.2023

Дата затвердження редакцією – 26.08.2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

УДК 811.161.2:81'42

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.47.69-81>**Сизонов Д.Ю.**

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Web of Science Researcher ID: I-1138-2018

Scopus ID: 57209321114

ФРАЗЕОЛОГІЗАЦІЯ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ

Анотація. У статті проаналізовані сучасні інтернет-меми, які через свою прецедентність здатні фразеологізуватися в масовій комунікації. Мемі вважаються інтертекстуальними полікодовими одиницями, що виникають як вербалізована рефлексія на динамічний розвиток подій та активно функціонують у віртуальному медіапросторі. Доведено, що мова інтернет-мемів будується на іронії та сарказмі з використанням стилістичних каламбурів та "гри слів", оксиморонів та градаційних прийомів, а також афоризмів, прецедентних цитат, усталених конструкцій. Особливий акцент зроблено на мемах війни, що характеризуються, на наше переконання, комплексом первинних ознак: (а) влучне слово, вираз, вербальний / невербальний знак мають бути прецедентними; (б) спонтанність у появі; (в) гнучкість до модифікацій із метою інтерпретації різних подій та явищ; (г) апеляція до фонових знань реципієнтів; (і) смислова єдність у формі і змісті; (д) відтворення культурної пам'яті та реагування на актуальні виклики сучасності. Все це дає змогу інтернет-мемам у мовній комунікації фразеологізуватися та мати можливість широкого тиражування в інфопросторі. Закцентовано також на тому, що комуніканти можуть самостійно створювати інтернет-меми та поширювати їх на власних медіаресурсах, що підкреслює здатність мемів до їх постійної модифікації. Для ілюстративного матеріалу ми звернулися до даних порталу "Ukrainian Cultural Heritage Online" (SUCHO), який налічує понад 10.000 мемів як культурних маркерів України. Проаналізувавши мемі 2023 року, ми можемо констатувати, що більшість із них є прецедентними феноменами сучасного медіапростору, а відтак мають здатність до фразеологізації. Отже, інтернет-меми є потужним джерелом нової фразеології, мають можливість стилістично трансформуватися та допомагають підсилити враження від актуального інформаційного повідомлення.

Ключові слова: інтернет-мем; медійний фразеологізм; електронна комунікація; медіалінгвістика; інноваційна лінгвістика.

Інформація про автора: Сизонов Дмитро Юрійович – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри стилістики та мовної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: dm_sizonov@ukr.net

Dmytro Y. Syzonov

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Web of Science Researcher ID: I-1138-2018

Scopus ID: 57209321114

PHRASEOLOGIZATION OF INTERNET MEMES

Abstract. *The article analyzes modern Internet memes, which, due to their precedent, are able to be phraseologized in mass communication. Memes are considered intertextual polycode units that arise as a verbalized reflection on the dynamic development of events and actively function in the virtual media space. It has been proven that the language of Internet memes is built on irony and sarcasm using stylistic puns and "word games", oxymorons and gradation techniques, as well as aphorisms, precedent quotes, established constructions. A special emphasis is placed on war memes, which are characterized, in our opinion, by a set of primary features: (a) a catchy word, expression, verbal / non-verbal sign must be precedents; (b) spontaneity in appearance; (c) flexibility to modifications in order to interpret different events and phenomena; (d) appeal to the background knowledge of recipients; (e) semantic unity in form and content; (e) reproduction of cultural memory and response to the digital challenges of modernity. All this enables Internet memes in language communication to phraseologize and be able to be widely replicated in the information space. It is emphasized that communicators can independently create Internet memes and distribute them on their own media resources, which emphasizes the ability of memes to be constantly modified. For illustrative material, we turned to the information of the "Ukrainian Cultural Heritage Online" (SUCHO) portal, which has more than 10,000 memes as cultural markers of Ukraine. Having analyzed the memes of 2023, we can state that most Internet memes are precedent phenomena of the modern media space, and therefore have the ability to phraseologize. Therefore, Internet memes are a powerful source of new phraseology, have the ability to stylistically transform and help to strengthen the impression of a relevant informational message.*

Keywords: internet meme; media phraseology; electronic communication; media linguistics; innovative linguistics.

Information about the author: Syzonov Dmytro Yurijovych – PhD, Associate Professor; Associate Professor of the Department of Stylistics and Language Communication; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.

E-mail: dm_sizonov@ukr.net

У сучасному медійному просторі виکارбовується все більше жанрів та форматів, які в унісон із часом відбивають актуальні тенденції розвитку світу. Особливо такі жанрово-форматні новації стосуються електронних засобів зв'язку, домінантних у сучасному світі. І причин цьому декілька.

По-перше, глобалізаційні процеси, що вплинули на всі комунікативні сфери, зокрема і медійну. Жанри медіа, як відомо, змінюються внаслідок корекції інформаційних потоків та їх носіїв, діалогу культур, трансформаційних змін у соціумі та ін. Спостерігаємо відтак модифікацію традиційних і появу нових жанрів, спричинених тотальною електронізацією, – реаліті-шоу, інтернет-чат, е-коментар, ком'юніті, твіттер-репортаж (X-репортаж) та ін.

По-друге, інформаційні технології та науковий прогрес. Останнім часом усе більше з'являється креолізованих медіаресурсів, за допомогою яких інформаційні потоки ретранслюються через знакові системи – зображення, графіку, аудіо-, відеопотоки та ін. Це, у свою чергу, спонукає до виникнення нових жанрів мультимедійного типу – інтернет-блог, інфо- та едьютейнмент, лайфхак, лонгрід, хард-ньюз та ін.

По-третє, тотальна диджиталізація, яка стала поштовхом до швидкої передачі інформації, а тому існує потреба в нових жанрах медіа, здатних оперативно її поширювати серед масового реципієнта. Під впливом диджиталізації з'явилися соціальні мережі, новинні месенджери, подкасти аудіо- й відеоформату та ін. Змінюється і формат подачі інформації: телебачення, радіо, друкована преса імігрує у віртуальний простір, чим спричинює появу онлайн-телебачення, стримінгових платформ, онлайн-радіо та соціальних аудіомереж (напр., Clubhouse), а також електронних газет і журналів як медіаклонів друкованого типу.

Реагуючи на ці імпульси сучасності, у віртуальному просторі зароджується новий жанр е-комунікації – *інтернет-мем*. За спостереженнями західних дослідників, цей жанр став трендом сучасної віртуальної комунікації [2], засобом динамічної передачі інформації [3] та неोजанром веб-простору [3; 4], а відтак виконує роль миттєвого ретранслятора влучної інформації прецедентного характеру. На наше переконання, інтернет-мем є семіотичним феноменом модерної диджиталізованої доби, жанром електронного спілкування та дієвим способом впливу на інтернет-комунікантів. А ще інтернет-мем – потужний спосіб ретрансляції культурної інформації, за допомогою якого відбувається постійний мультидіалог, що вказує на інтертекстуальну основу цього жанру.

Інтернет-мем синтезує в собі інформаційну та розважальну функції, тиражує прецедентну інформацію, репрезентуючи її в текстово-графічному форматі. Саме ці характеристики дозволяють віднести інтернет-мем до нових креолізованих способів опереативної ретрансляції інфопотоків.

За нашим спостереженням, інтернет-мем є потужним інструментом для поширення медійних фразеологізмів, і навпаки – медіафразеологія є своєрідним "донором" нових мемів, актуалізованих в масовій комунікації. В цій статті ми проаналізуємо популярні інтернет-меми 2023 року, породжені медійною фразеологією, що стали своєрідними символічними маркерами сучасної України. Активне поширення мемів в українському інтернет-сегменті та їх подальше тиражування у світовому медіаконтексті дозволяє говорити про ці неोजанри як універсуми сучасного інфопростору.

Матеріалом дослідження слугував портал "*SUCHO*", який налічує понад 10.000 мемів як культурних маркерів України. Нами відібрані інтернет-меми 2023 року, які найбільше пов'язані з подіями сучасності – від поточних до глобальних, зокрема російсько-української війни; деякі з них апелюють до українських подій минулого, що підкреслює інтертекстуальні можливості мемів. У понад 200 мемів використані медійні фразеологізми (як узуальні, так і семантично й структурно модифіковані), що проаналізовані в стилістичному аспекті.

Зазначимо, що поповнення складу інтернет-мемів залежить від важливості ситуації, дотепно винесеної у структуру мему. Саме медіафразеологізм, на наше переконання, дозволяє експресивно репрезентувати конкретну ситуацію, визначити її важливість в інформаційній картині світу.

Медійний фразеологізм визначається нами як мовна універсалія інфопростору, певний ментальний масово-вербальний код, що характеризується смисловою неподільністю, семантичною цілісністю, концептуалізованим смислом, емоційністю, експресивністю та ін., що надає медійному тексту широких стилістичних конотацій для впливу на реципієнта й маніпуляції його свідомістю. Включаючись у структуру інтернет-мему, медійний фразеологізм переходить у статус прецедентного феномена, а мем фактично допомагає тиражуватися фразеологічній одиниці в інформаційному просторі. Такий принцип взаємодоповнення допомагає мему довше протриматися не тільки в медійній, а й розмовній комунікації. Так, серед інтернет-мемів 2023 року зустрічаємо і такі, що апелюють до попередніх подій – Революції гідності, виборів 2019 року, політичних реалій 2020-2021 рр. Поширення цих одиниць за межами медійного стилю (напр., в розмовному) виявляється саме у влучності фразеологізму, використаного для опису вже нових ралій:



бруківка так бруківка
стадіон так стадіон



Як бачимо, медійні фразеологізми *якщо куля в лоб* (у зн. 'іти до кінця'), *стадіон так стадіон* (у зн. 'прийняти виклик'), що належать до персоніфікованих, використовуються в нових комунікативних умовах і пов'язані з актуалізованими подіями –

Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика

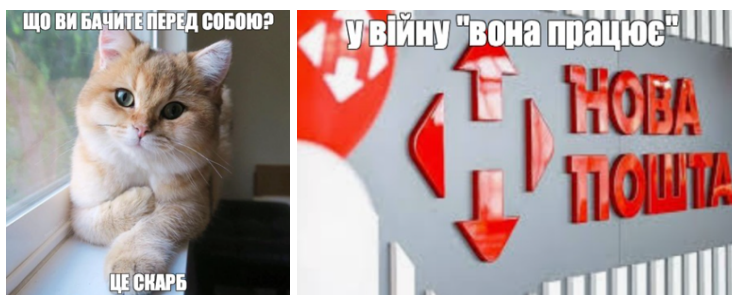
про загальноукраїнську мобілізацію та виділення коштів на ремонт доріг під час війни. Фразеологізми, що виникли в минулому, фактично деактуалізувалися в 2023 році: *"зелені" чоловічки, влаштувати маски-шоу, скликати титушок, маємо те, що маємо* та ін. Така деактуалізація призводить до оновлення фразеологічного значення та дозволяє по-новому прочитати усталену конструкцію:

"зелені" чоловічки



В актуалізованих контекстах згадані фразеологізми набувають нової семантики, апелюючи до фонових знань реципієнтів. Важливо, що без інформаційного бекграунду декодувати фразеологізм практично неможливо, що також впливає на поширення мема у віртуальній комунікації: *зелені чоловічки* (фразеологізм виник у 2014 році в контексті окупації Криму) → *"зелені" чоловічки* (вторинна номінація щодо представників "Слуг народу" в парламенті, 2019 р.) → *"зелені" чоловічки* (в контексті повномасштабної війни, 2022-2023 рр.); *маємо те, що маємо* (оказіональний фразеологізм, породжений Л. Кравчуком в політичній комунікації 90-х рр. 20 ст.) → *маємо те, що маємо* (медійний фразеологізм, що у медіа використовується зі значенням "змиритися з тим, що є") → *маємо те, що маємо* (в інтернет-мемах 2022-2023 рр. вживається зі значенням "констатація фактів" і пов'язується з подіями війни) та под. Така еволюція медійних фразеологізмів вказує на їх прецедентний характер, що використовується в різних жанрах, зокрема жанрах віртуальної медіакommunікації.

"Життя" інтернет-мема залежить від кількох факторів: імітація – культурна та соціальна зумовленість – специфіка та видимість – гумор та сатира – простота – поєднання візуального та текстового [5]. Взаємозалежність цих факторів є ключем до успіху в тиражуванні фразеологізованого мему. Цікаво, що фраза, поширена в медійному просторі, легко підхоплюється в мем-комунікації, та частіше за все не пов'язана з першоджерелом (див. далі меми, засновані на цитатах політиків – П. Порошенка та Ю. Тимошенко):

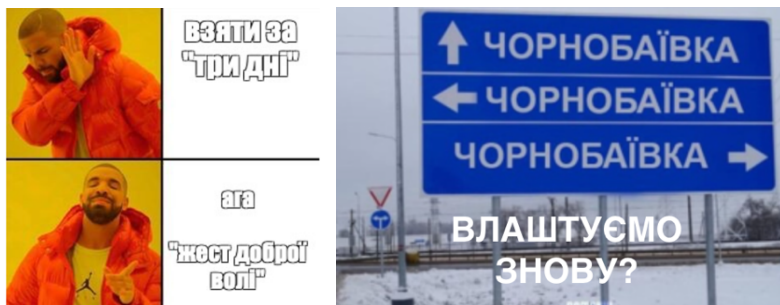


Фразеологізація таких мемів відбувається за допомогою стрижневих слів, які і стають основою медійних фразеологізмів: *це скарб*, *вона працює*, *ці руки нічого не крали*, *пропало все* та ін., активно поширюваних у публічній комунікації українських політиків. Більшість із таких фразеологізмів поширюються в розмовній комунікації, а тому є потужним фундаментом для мемів, що часто ретранслюються в чатах, sms-повідомленнях, месенджерах як жанрах віртуальної комунікації розмовного типу.

У 2022 р. у медійному просторі з'являються неологічні одиниці – вербальні ілюстратори сучасної комунікації, серед яких *чорнобаїти*, *"іхтамнєти"*, *кадирити*, *шойгувати*, *"затридні"*, *українити* та ін. [1]. Ці ж одиниці стали основою для формування нових фразеологізмів, поширюваних у мемах 2023 року: *влаштувати чорнобаївку*, *"закадирити" всіх*, *взяти "затридні"* та под. Тут спрацьовує принцип новизни, який підсилює популярність цих одиниць у медіапросторі. Їх використання стало певною лінгвістичною "модою", що

Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика

підсилювалося гумористичним ефектом – одним із домінантних в інтернет-мемах:



Важливо наголосити, що інтернет-меми можуть бути поширені кожним інтернет-користувачем, а відтак вони мають здатність до модифікації та тиражування на авторських медіаплатформах. Так сталося із мемами, що були поширені свідомо певними ресурсами та здобули особливу популярність у масовій комунікації. Пригадаємо в цьому контексті висловлювання О. Арестовича в ефірах "Фейгін LIVE" у 2022 р. та медіафразеологізм *за два-три тижні* (у значенні "плани, що неможливо виконати швидко"), поширені в цей період. Апеляцію до цього медіафразеологізма бачимо і в інтернет-мемах:



Спостерігаємо явище інтертекстуальності, що часто зустрічається в інтернет-мемах та є їх специфічною характеристикою. Серед інших характеристик, на наше переконання, можна назвати спонтанність, прецедентність,

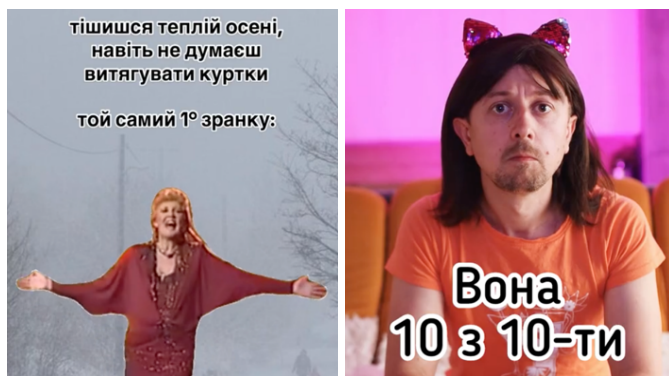
.....

символізм, фонові знання та здатність до трансформації. Тільки взаємозалежність згаданих ознак стане успішним для поширення інтернет-мемів у віртуальній комунікації. Якщо ж говорити про меми війни, що стали найуживанішими у віртуальному просторі серед українців, то вони мають характеризуватися комплексом первинних ознак. Передусім це – влучне слово, вираз, вербальний / невербальний знак мають бути прецедентними. Кожен мем може стати гнучким до модифікацій із метою інтерпретації різних подій та явищ, що дозволяє говорити про нього як прецедентний феномен. Ще одна особливість – апеляція до актуальних знань, що відтворюють певним чином культурну пам'ять українців.

У зв'язку з тим, що війна є потужним екстралінгвальним фактором щодо поширення мемів серед українців, то прогнозований ефект інтернет-мему – вплинути на позитивні емоції реципієнтів – має спрацьовувати миттєво (ідеться про іронічно-гумористичний ефект, який супроводжує всі меми). Таке поєднання, здавалося б, непок'єднуваного в інтернет-мемах (війна та гумор) і робить успішним їх функціонування в маскомунікації. Серед популярних мемів у 2023 році ті, які пов'язані з вимкненням світла в зимовий період, наданням "леопардів" для ЗСУ, викраданням ромами ворожого танку, затопленням кораблів у Чорному морі та ін. [6]. Формується відтак і пласт медійних фразеологізмів, що використовуються в мемах: *пароль "паляниця", послати за російським кораблем, "превентивний удар", тракторні війська, не на часі* та ін.

Важливо наголосити на здатності інтернет-мемів "розбавляти" офіціоз неофіційною подачею інформації. І навіть під час війни такі інтернет-меми сприймаються позитивно, що вказує на почуття гумору українців навіть за складних соціальних умов. Зрозуміло, що контекст війни – не єдина тематика в сучасних мемах. Так, у 2023 р. в соціальних мережах активно поширюється креалізований контент, який завдяки своїй прецедентності включається до інтернет-мемів та далі – в розмовну комунікацію: *десять із десяти* у значенні "бути найкращим в усьому" (апеляція до ютуб-проекту В. Остапчука "Мекнув – питаєте"), *сюрпрайз – сюрпрайз* у значенні "несподіваний поворот подій" (апеляція до

британського шоу 80-х рр.), за Лебіговича у значенні "альтернативний вибір" (апеляція до діяльності блогера М. Лебіги) та ін. Наголосимо, що подібні мему "живуть" у віртуальному просторі тільки з урахуванням фонових знань реципієнтів:



Спонтанне виникнення будь-яких мемів набувають певного стилістичного потенціалу, за допомогою яких вони вдало ширяться в інтернеті. В основному успіх подальшого тиражування мемів залежить від стилістичних прийомів, які закладаються в основу мему. За нашими спостереженнями, найбільш вдалий стилістичний ресурс у мемах війни – прецедентне цитування, інтертекстуальність, іронія та сарказм, порівняння. Цей ресурс допомагає спрогнозувати майбутній гумористичний ефект.

(А). Прецедентне цитування особливо актуальне, коли йдеться про влучний вислів, який буде винесений у мем. Згадана нами вище цитата про "два-три тижні" роблять мем прецедентним, а в його структурі утворюється медійний фразеологізм *через 2-3 тижні*, вдало підхоплений у ЗМІ. Головними авторами цитат ще у 2022 р. були інфлюенсери української політики (В. Зеленський, П. Порошенко, Ю. Тимошенко та ін.) та військове керівництво країни – ті, чиї висловлювання були найбільш упізнавані в інформаційному полі. Натомість у 2023 р. ця тенденція змінюється: героями

.....

прецедентних цитат у мемах стають пересічні українці, солдати ЗСУ, авторитетність яких стрімко зростає в умовах війни. Відтак маємо цитати, що афоризуються в медіапросторі та активно переходять до мемів (меми про Кримський міст, Привіда Києва, пса Патрона та ін.).

(Б). Стилiстичний прийом iнтертекстуальностi особливо дiєвий за наявностi актуальних фонових знань – головної умови впiзнаваностi iнтернет-мема, про що ми зазначали ранiше. Часто це досягається проксимiзацiєю – спецiальною манiпулятивною стратегiєю звернення до подiй, вiддалених вiд поточного моменту. Особливо реалiзується явище iнтертекстуальностi в мемах на полiтичну тематику. Вважаємо, що апеляцiя до подiй минулого є важливим елементом для досягнення бажаного ефекту, зокрема гумористичного. I тут звернемо особливу увагу на iнтернацiоналiзацiю мемiв, тобто однакове сприйняття мужкультурної iнформацiї (часто це досягається каламбурностiю та "мовною грою": як козак *Джонсонюк*, *даєш країні Пороху* та под.). Адаптацiя мема пiд новий нацiонально мотивований контекст був присутній i в мемах вiйни, аналiзованих нами. Iнтернет-меми iноземними мовами так само вдало адаптувалися пiд український контекст (особливо, коли їх героями ставали свiтовi лiдери, що пiдтримали Україну: Е. Макрон, Б. Джонсон, Дж. Байден та iн.), а тому можемо говорити про унiверсальний характер iнтернет-мемiв, що досягається за допомогою iнтертекстуального ресурсу.

(В). Iронiя та сарказм – два близькi стилiстичнi прийоми, за допомогою яких реалiзується гумористичний ефект. У сучаснiй стилiстицi їх розумiють як взаємозалежнi явища: iронiя є насмiшкою, замаскованою зовнiшньою серйозностiю, а сарказм – зла й уїдлива насмiшка, вищий ступiнь iронiї, троп i засiб комiчностi. Відтак iнтерпретуються цi два прийоми тiльки контекстуально, з обов'язковими негативною та / чи позитивною конотацiєю. Так, наприклад, герой мему А. Рязанцев, т. зв. Чмоня, став iдеальним мемом i способом iронiзування над росiянами (зародився i медiйний фразеологiзм – як *Чмоня*). Жартiвливi меми зi Чмонєю часто поширюються з символiзованим хештегом *#чмоня*.

Саркастичного забарвлення мають інтернет-меми із російськими журналістами, які для українського реципієнта асоціювалися із пропагандистською комунікацією (ідеться про О. Скабєєву, В. Соловйова, Д. Кісельова та ін.). Їх образи часто використовуються в українських інтернет-мемах війни, що пов'язані з українським словом-паролем "паляниця", неправильна вимова якого викликає сміх в українців. У таких мемах можна побачити словесний каламбур, мовну гру та ін. стилістичні прийоми, що допомагають досягти бажаного іронічно-саркастичного ефекту.

(Г). Стилiстичний прийом порiвняння в iнтернет-мемах, за нашими спостереженнями, створюється на комунікативних контрастах "свій – чужий", "добро – зло", "я – ми", "друг – ворог" та ін. Підтверджується наша теза і попередніми дослідженнями про меми [2; 4]. У 2023 р. такі меми, створені на комунікативних опозиціях, заповнили український медіапростір (згадаємо меми про пса Патрона, привида Києва, затоплений крейсер "Москва"). Фразеологізовані медійні конструкції, у структурі яких використані порівняльні сполучники, також є показовими в українському віртуальному просторі: як *Дуда, мов "руській" корабель, бути як бандерівець, як у депутата в офшорах* та ін.

Отже, сучасні меми, за нашими спостереженнями, характеризуються комплексом первинних ознак, які допомагають їх подальшому руху в медіа: (1) мемом може бути *будь-яка одиниця інформації*: влучне слово, вираз, малюнок або інший вербальний / невербальний знак; (2) мем *з'являється спонтанно*, адже часто стає елементами як політичних, так і медіатехнологій для різних цілей; (3) форма мему фіксована, але водночас *гнучка до модифікацій* із метою інтерпретації різних подій та явищ; (4) мем завжди *апелює до потрібних фонових знань*, а тому реципієнт має орієнтування в прецедентності ситуації; (5) меми відтворюють *культурну пам'ять* та реагують на диджиталізовані виклики сучасності; (6) меми *за допомогою прецедентних одиниць* у їх структурі, зокрема фразеологічних, здатні до миттєвого поширення в інтернет-просторі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Нові слова та фразеологізми в українських масмедіа: словник / Шевченко Л.І., Сизонов Д.Ю. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2022.
2. Brodie R. *Virus of the Mind: The New Science of the Meme*. London, 2009.
3. *Medienlinguistik 3.0. Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web* (Hrsg. C. Baechler, E. M. Eckkrammer, J. Müller-Lancé, V. Thaler). Berlin: Frank und Timme, 2016.
4. Milner R. Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the occupy wall street movement. *International Journal of Communication*. 2013. №7. P. 2357-2390.
5. Shifman L. *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT Press, 2014.
6. SUCHO [Електр. ресурс]. URL: <https://memes.sucho.org> (дата звернення: 10.11.2023)

REFERENCES

1. *New words and phraseologisms in the Ukrainian mass media: a dictionary* [Novi slova ta frazeolohizmy v ukrayins'kykh masmedia : slovnyk] / Shevchenko L.I., Syzonov D.Ju. Kyiv: VPTs "Kyivskyi universytet" [in Ukrainian].
2. Brodie, R. (2009). *Virus of the Mind: The New Science of the Meme*. London [in English].
3. *Medienlinguistik 3.0. Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web* (2016) / Hrsg. C. Baechler, E.M. Eckkrammer, J. Müller-Lancé, V. Thaler). Berlin: Frank und Timme [in German].
4. Milner, R. (2013). Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the occupy wall street movement. *International Journal of Communication*, 7, 2357-2390 [in English].
5. Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT Press [in English].
6. *SUCHO*. URL: <https://memes.sucho.org> (last access: 10.11.2023) [in English].

Дата надходження до редакції – 10.11.2023

Дата затвердження редакцією – 21.11.2023



Ця публікація ліцензована на умовах Creative Commons Attribution 4.0 International License.

УДК 811'111' 373.2

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.47.82-104>

Yevhenia Yu. Nikiforova

ORCID: 0000-0001-6249-9781

Scopus ID: 58042287700

Olena O. Popivniak

ORCID: 0000 0002-7998-7965

Elizaveta A. Galitska

ORCID: 0000-0002-0859-1322

MULTIMODAL COHESION IN PERFUME ADVERTISEMENT

Abstract. *The article deals with the investigation of perfume advertisement in the aspect of its semiotic mode cooperation and interactions which are reflected as cohesion within one and the same semiotic mode and between different semiotic modes as well. The objects of the research are perfume advertisements and their formal elements which create the semiotic structure. Within the verbal semiotic mode, such leading formal elements as functional blocks, subblock names and their lexical embodiment were distinguished. The most developed functional block contains name, naming complex with A-1 brand (company), B-2 individual name, C-3 genitive (product) name, and D-4 additional information. These names are the key markers of lexical cohesion. Lexical cohesion within the verbal semiotic mode is realised through the mechanism of reiteration, including repetition and synonym usage. Lexical cohesion occurs within one and the same functional block as well as between different functional blocks. Within the visual semiotic mode, there are such formal elements as composition, plan, balance, and depth. The advertisement visual semiotic mode has such a set of parameters as a plan, visual component, variable and constant details of a visual component. The advertisement depth is realised using front, middle, and back plans. The main visual components are a perfume bottle, model and scenery. The model has the most detailed visual representation including the model's image, code of costume, and code of behaviour (grasping body language – pose, imitation of behaviour and facial expression). Colour as a media language is closely connected with the process of visualisation and occurs in all visual components providing visual repetition as a basic colour or its shade. Visual components (objects) are repeated in different plans, providing further cohesion between different*

plans. There is a definite correlation between verbal components-naming units and their visualisation. It is the case of further cohesion between verbal and visual semiotic modes. The olfactory semiotic mode uses the mechanism of synaesthesia when smell is represented involving verbal description and optical visualisation but this aspect of research needs more detailed investigation and deeper revealing and analysis.

Keywords: formal element, lexical cohesion, multimodal cohesion, parameter of mode, perfume advertisement, semiotic mode.

Information about authors: Nikiforova Yevhenta Yuriiivna – PhD in English Philology, Associate Professor; Associate Professor at the Department of English Philology and Intercultural Communication; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.

Popivniak Olena Oleksiivna – PhD in English Philology; Assistant Professor at the Department of English Philology and Intercultural Communication; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.

Galitska Elizaveta Anataliivna – PhD in English Philology; teacher of English; Kyiv Gymnasium 86 "Consul".

E-mail: ye.nikiforova@knu.ua; olenapopivniak@ukr.net; liza-g@ukr.net

Нікіфорова Є.Ю.

ORCID: 0000-0001-6249-9781

Scopus ID: 58042287700

Попівняк О.О.

ORCID: 0000 0002-7998-7965

Галицька Є.А.

ORCID: 0000-0002-0859-1322

МУЛЬТИМОДАЛЬНА КОГЕЗІЯ У ПАРФУМЕРНІЙ РЕКЛАМІ

Анотація. Стаття торкається проблеми дослідження парфумерної реклами в ракурсі її семіотичного модусу та взаємодії вербального, візуального й ольфакторного модусів, що віддзеркалені як когезія як в межах одного і того ж модусу, так і між різними семіотичними модусами. Об'єктами цього дослідження є парфумерна реклама та її формальні елементи, що створюють загальну семіотичну структуру. В межах вербального семіотичного модусу були виокремлені такі провідні формальні елементи як функціональні блоки, субблокові імена та їх лексичне втілення. Найрозвинутіший функціональний блок містить такий номінативний комплекс: А-І ім'я

бренду (компанії); В-2 індивідуальне ім'я; С-3 родове ім'я; D-4 додаткова інформація. Ці імена є головними маркерами лексичної когезії. Лексична когезія у межах вербального семіотичного модусу реалізується шляхом залучення механізму реітерації, включаючи повторення та використання синонімів. У межах візуального семіотичного модусу виокремлюються такі формальні елементи як композиція, план, баланс та глибина. Рекламний візуальний семіотичний модус має низку параметрів, таких як план, візуальний компонент, варіативні та незмінні деталі візуального компоненту. Рекламна глибина реалізується шляхом залучення переднього, середнього та заднього планів. Головними візуальними компонентами є парфумерний флакон, модель і фон. Модель має наддеталізованішу візуалізацію, включаючи зовнішність, одяг і поведінку (остання враховує жести, імітацію поведінки, а також вираз обличчя). Колір у медіамові тісно пов'язаний із процесом візуалізації і спостерігається у всіх візуальних компонентах, забезпечуючи візуальне повторення або базового кольору, або його відтінків. Візуальні компоненти (об'єкти) повторюються в різних планах, забезпечуючи подальшу когезію між різними планами. Спостерігається також чітка кореляція між вербальними компонентами-номінативними одиницями та їхньою візуалізацією, що є проявом подальшої когезії між вербальним і візуальним семіотичними модусами. Ольфакторний семіотичний модус використовує механізм синестезії, коли аромат репрезентується шляхом залучення вербальної дескрипції та оптичної візуалізації. Але цей аспект дослідження потребує детальнішого і глибшого аналізу.

Ключові слова: лексична когезія, мультимодальна когезія, параметр модусу, парфумерна реклама, семіотичний модус, формальний елемент.

Інформація про авторів: Нікіфорова Євгенія Юріївна – кандидат філологічних наук; доцент; доцент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації; Навчально-науковий інститут філології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Попівняк Олена Олексіївна – кандидат філологічних наук; асистент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Галицька Єлизавета Анатоліївна – кандидат філологічних наук; вчителька англійської мови; Київська гімназія № 86 "Консул".

Електронна адреса: ye.nikiforova@knu.ua; olenapopivniak@ukr.net; liza-g@ukr.net

Perfume advertisements, often characterised by their provocative nature, mainly appear in women's magazines such as *Seventeen*, *Elle*, *Cosmopolitan* or *Vogue*. The perfume advertisements found in these pages are not only about representation of scents, but also about complex narratives which convey stories of desire and empowerment. Typically, they display a woman gazing into the camera, aiming to establish profound emotional bonds with the audience. Given that a significant portion of women's magazines is dedicated to advertisements, readers typically enjoy viewing them and are expecting a specific type of advertisement: one that will help them find the perfect product to make them more confident and appealing. **The aim of the research** is connected with the present day's idea that most critics agree that what advertising does is twofold: it preys on perceived flaws in our bodies and it presents a world of consumption for the answer to complex questions about who we are and what should matter in our lives. In other words, there is an interaction between the advertiser and the target audience which, in a way, proves that one cannot completely blame the advertisers for the preconceived notions of the beauty. However, one can place blame on these companies for solidifying those beliefs and proving what appears to be the only "answer" to the problem that the advertisement has solidified. The interaction and cooperation between advertisers and target audiences or between producers and consumers is the cornerstone of the research. **The objective** of this investigation is to find out the integration of verbal and visual semiotic modes that create the background for interaction between producers and consumers of perfumes. **The topicality of the research** is connected with the fact that there is an attempt to reveal that specific interaction taking into consideration the mechanism of cohesion in all its varieties. **The novelty** of the present study is the attempt to find out the details of cohesion formation separately in verbal and visual semiotic modes as well as between these modes. **The object** of the investigation is the perfume advertisements with their formal elements creating semiotic structure. **The subject** of the investigation is the peculiarities, formation mechanism of advertisement cohesion, and inner cooperation of the formal elements within the text and illustration parts and between them too.

Publication analysis. One of the prevailing trends in recent years is the development of multimodal research aimed at the investigation of different semiotic systems which create meaning. Multimodal discourses are discourses where two or more semiotic modes cooperate creating meaning [5]. The modus is understood as a set of semiotic resources which creates the meaning [10, p.1]. G. Kress, one of the leading scholars in the field of multimodality, recognizes the mode as "a resource which is formed socially and is used for giving the meaning. Image, written text, music, gesture, speech, moving picture, and soundtrack are examples of modes which are used for communication representation" [4, p. 54]. Some researchers, analysing multimodal discourses, use the term "modality." In particular, C. Tseng, a researcher of multimodal cohesion, indicates that in the film there happens a complex cooperation of different modalities (words, images, sounds, colours, etc.) and the film meaning is created as their combination [16, p. 1]. G. Kress and T. van Leeuwen underline that it is impossible to investigate the formation of meaning in the multimodal text (for example, film) without detailed research of different modalities [5]. For example, film oral monologues and dialogues are multimodal in their nature as they consist of two modes – verbal content and voice. Verbal and visual modes are often accompanied by musical tunes which belong to a sound mode. A researcher of the cinema genre C. Metz distinguishes five film-significant substances: photographic moving, image, recorded musical melody, recorded phonetic sounds, recorded noise and graphical material which grasps names of actors and film groups, titres, different notes and so on [8, p. 90].

The main objects of multimodal studies are films, books with illustrations, graphical stories and comics. J. Bateman and K. H. Schmidt, authors of multimodal film analysis [2] using the principle of space-temporal relation unity distinguish a string of syntagms in films. Relations which take place between separate shots are investigated in the aspect of project taxis (parataxis or hypotaxis) and space-temporal plan [2, p. 181]. C. Tseng puts forward the approach focused on cross-modal cohesion. This approach requires the tracing of cohesive related characters, objects and types of action

within one shot and in different shots (sequences) in a certain unity of higher level. Objects of research are living and unliving beings in the film visual row, written text which can be read on the screen, oral speech, sound and music. Tseng's multimodal cohesive analysis requires the building of two types of cohesive chains: identification and actional. There is some resemblance between the building of identification chains and the building of linguistic cohesive chains. Components of the identification chain may belong to visual, verbal and sound modes. The last empirical research projects show that film narrative structures are understood as involving the action of characters [9]. C. Tseng using Halliday's classification of linguistic process types distinguishes such types of cinematographic processes: transactional process (demonstrating dynamic cooperation, between characters or between characters and objects); non- transactional process (demonstrates characters' behaviour without cooperation with other characters or objects); process of reaction (for example, character's looking at another character or object); verbal process (character's dialogue or monologue); and conceptual process (revealing the identity or relations part-whole characters and objects) [16, p. 116]. Interaction between formed chains of identity and action is established on the ground of their functional-semantic relations, in particular, between participants, process types and conditions. The main criterion of interaction between chains is the requirement that at least two links of one chain are in equal semantic relation to two links of another chain.

Some recent research is connected with the interrelation between text and illustrations which are two different semiotic modes. Traditionally text and illustration analysis were linked with different groups of disciplines which had their own points of view and used different approaches and methods of research. The multimodal approach to text and illustration investigates them as a combination of reciprocally connected modes. The problem of verbal and visual component interaction was investigated by many scholars such as R. Barth [1], J. Bateman, K. H. Schmidt [2] G. Kress, T. van Leeuwen [5], R. Martinec, A. Salway [7]. M. L. Ryan differentiates functions of language and image in a detailed way: language can

represent temporality, changes, causality, thought and dialogue, the difference between reality and virtuality or opinion, judgement, and contradicting the facts, there is also narration, estimation and representation of characters' estimation (judgement). Images represent space relation within the history, characters' appearances and elements of the place of action; but images cannot represent the time movement, thoughts dialogue, represent causative relations explicitly, abilities, conditions, contradictions to the facts and making estimation [12 p. 19].

M. Halliday and C. Matthiessen, creating the Functional Grammar, put forward the idea that every semiotic system functions on three levels. Firstly, the semiotic system represents reality, indicating objects, situations, and actions (idea meta function). Secondly, every semiotic system establishes a certain social contact and interaction with a recipient (interpersonal meta function). And finally, it creates a textual structure with cohesive components (textual meta function). Kress and van Leeuwen's *The Grammar of Visual Design* draws parallels between text and image, observing the image on three levels. On the meta functional level, spectators identify what fragment is illustrated, whether it represents action, process or merely conceptual representation. On the interpersonal meta functional level, spectators may obtain some information or be asked to act. G. Kress and T. van Leeuwen in their analysis of relations between readers and characters indicate such factors as social distance, relationship (in particular, connection and power), contact and modality. Social distance is determined by the type of characters' position (near, middle or remote plan) [6, p. 124]. The degree of participation depends on the aspect of the character's depiction. A reader has the highest sense of participation if the character is depicted front-facing a reader. The vertical aspect is the power realisation. If the reader looks at the objects from bottom to top these objects have power and vice versa. If the reader looks from top to bottom, all visible objects are believed to be "weak" [6, p. 140].

On the textual level, a spectator gets some information about the value of certain objects shown according to their position (in the centre or on the periphery). The position of certain objects nearby

demonstrates their semantic relation to the central object. Semantically significant elements of illustration are emphasized with such visual devices as colour, light, shape, and size. C. Painter, J. R. Martin, and L. Unsworth [11] develop some separate tenets (propositions) of Kress and van Leeuwen's Grammar of Visual Design. In particular, on the interpersonal level besides social distance participation and power, they distinguish such components of the meaning system as focusing, empathy, influence, proximity, orientation, atmosphere and graduation. Focusing is connected with the direction of the characters' look. It may be mediated if there is a coincidence of the direction of the reader's and the character's looks, and the process of contemplation (vision sight) is realized by "character's eyes" and it may be immediate [11, p. 21]. The level of empathy from the reader's side is estimated with the art style of illustration (minimalism, generalisation of naturalism). The category of influence includes emotions which are represented by the characters' facial expressions or body position. Such systems as proximity and orientation resemble social distance and participation but they emphasize the relations between characters: proximity is realized as the position of characters, but orientation is represented with the characters' aspects according to each other. The atmosphere is connected with colour choice and includes such components as saturation (it depends on the concentration of colour pigment, "warmth" (it is a contrast between "warm" and "cold" colours) and pallet (it is understood as many colours used for multicolour illustration) [11, p. 37-38]. Lastly, the graduation system is recognised as scale (for example, the image of exaggeratedly (hyperbolically) large size; the proportion of illustration filled with the image; and the number of depicted elements.

R. Barth [1] recognizes the relations between text and illustration, as equal in rights (he uses the term "relay") and not equal in rights. They are separated into ones that are emphasizing ("anchorage"). This is the case when the text emphasizes the illustration. The opposite ones are weakening (when the illustration weakens the text). B. Spillner [14, p.92] develops R. Barth's ideas about possible relations between text and images. Text and illustration are different

semiotic modes and each of them plays a significant role in meaning determination which is represented by another mode. B. Spillner distinguishes cases when one semiotic system (text or illustration) gains the function of another one. For instance, text can represent dynamics using different methods (devices) of printing. Illustration dynamics is represented by involving visual vectors. They are explicit or implicit lines which are created with visual forms in the characters' images (for example, the direction of extremity movement, and the direction of their gaze).

K. Schriver puts forward his classification of relations between document elements belonging to different semiotic modes which include text and illustration among others. These relations may be recognized as excessive or redundant when the same information is represented in two modalities. Another variant of relations may be described as complementary if one modality of information supplements another modality of information, and both modalities have equal weight. Additional relations occur when one modality has a very dominant property and another gives additional information. Comparison happens when the basic idea is formed as a result of unexpected synthesis or tension between modalities. The last type of relation is identified as the preparation of background. It takes place when one modality gives context for another modality, forecasting contents and topics which will be represented later [13, p. 412-428].

R. Martinec, and A. Salway [7] analyse relations between text and image in a very detailed way. From the point of status, scholars distinguish equal and unequal relations. Equal relations are divided into independent and complementary (when it is necessary to involve text and image) for meaning formation. Unequal relations grasp the situation when the image is in subordination to the text and the opposite situation when the text depends on the image. In the case of equal relations, the whole text is connected with the whole image. When an image is subordinated to text, it is the image that is connected to the text part, and text subordination is realized involving deixis.

R. Martinec and A. Salway separate logico-semantic relations into two big groups: detailing and projection. Detailing includes such

subgroups as elaboration, extension, and enhancement. [7, p 358]. M.A.K. Halliday [4, p. 460] introduced these notions to indicate relations between sentence parts but these notions are suitable for describing relations between text and image. Elaboration may be understood in a little different way as additional information. Text and image may contain information as one and different levels of generalisation (for example, the image may have more general character than the text or vice versa). After Halliday, some researchers classify such relations as exposition and exemplification. Exemplification is often accompanied by lexical cohesion, especially when hyponyms and meronyms are used. Relations of enhancement represent elaborating information which is connected with time, place, method, cause, goal and other factors. At last, relations of extension represent the process of giving new information and suggest alternative variants of topic or plot development [7, p. 358].

T. van Leeuwen distinguishes two basic groups of relations between visual and verbal elements: 1. elaboration which includes concretization (illustration elaborates text (illustrating), the text elaborates image (anchoring) and explanation (text paraphrases image or vice versa); 2. extension grasps similarity (text content looks like image content), contrast (text content contrasts image content), addition (text content supplements information with an image or vice versa). Relations between text and image are based on content (grasping elaboration and extension) and are not the only types of relations. H. Stockl adds two additional, supplementary ones: space-syntactical and rhetorical-logical. In the first case, there are some consecutive relations (image-text, text-image or their interchange) and simultaneous relations (text and image are recognized as the whole unity). Rhetorical-logical relations focus on coordination (semantic relations between text and image are based on resemblance, contrast and space-time) There are hierarchical relations (one mode guides another) and accidental, allusive relations [15, p.214-219].

Within the frames of multimodal research, the most interesting objects are multimodal discourses of perfume are advertisements where verbal and visual modes are combined in the process of cooperation.

Main information presentation. Perfume advertisements have a very specific semiotic structure which grasps three different semiotic modes. A verbal semiotic mode is embodied in the textual part of advertisements including naming and other verbal elements as well as in an illustration, containing a set of formal elements. An olfactory semiotic mode has indirect embodiment which is realized involving the synaesthesia mechanism. The pattern of a common perfume advertisement is shown in Fig. 1 where the semiotic structure with three modes is demonstrated in all details. The verbal semiotic mode is represented in the textual space component of the perfume advertisement (Fig.1). The whole textual space is divided into segments which are recognized as functional blocks. The initial pattern of a functional block is a full naming complex which is traditionally represented on the front of a packing cardboard box which is a traditional wrapping for glass perfume flasks.



Fig. 1. Pattern of the perfume advertisement

The full naming complex structure is characterized by using four obligatory names. The first is the A-1 brand company name which corresponds to the producer's conventional name known in the perfumery market (*Yves Saint Laurent*). The second name B-2 is an

individual specific element which helps to distinguish individual items, articles of goods (*BLACK OPIUM*). The third component is C-3 genitive, product name (*eau de parfum*). Its function is connected with goods classification according to the conventional terminology system. The last name is D-4 additional information (*the new feminine fragrance*). It is not a proper name but an additional piece of information about the article, its description and specification. The full naming complex grasping all four names gives sufficient information about the article to the potential buyers. Being the initial (hypothetical) pattern, the full naming complex is not often represented in advertisements. The verbal mode of the advertisements recognizes the full naming complex as surplus, redundant information as the complex gives excessive information when it is involved in the advertisement. That is why to give optimal, sufficient information the perfume advertisement grasps reduced functional blocks which help to avoid the excessiveness of information.

The most noticeable functional block is a poster whose structure is represented by three units only. The result of name reduction reflected in that the functional block may be recognised as a singlet, as C3 genitive, the product name is reduced, and the whole structure of the poster functional block is represented with three names. A-1 brand, company name (*Yves Saint Laurent*), B-2 individual name (*Black Opium*), D-4 additional information (*the new feminine fragrance*). The less noticeable functional block is a label. It is represented as a flask label and its structure is represented by A-1 brand, company name (*Yves Saint Laurent*) and B-2 individual name (*Black Opium*). As two names are reduced on the flask label (C-3 and D-4) the result of name reduction is a doublet. The logo functional block contains only A-1 brand, company name and its name *Yves Saint Laurent* is represented in the form of a logo (*YSL*). This mechanism of word formation is known as abbreviation and, in particular, initialism when only the initial capital letters of a naming unit are used. When only the A-1 brand company name is used and corresponding B-2, C-3, and D-4 names are reduced; the result of name reduction is a triplet with additional shortening. The final

position belongs to the assessing functional block which has a complex structure including two subblocks. The relative subblock has some relation to A-1 brand and company name and represents website address (*yslbeauty.com*). The fragment *ysl* is the result of shortening and reflects the triplet's name reduction. The non-relative subblock represents the model's name (*Edie Campbell*) and reflects total or complete name reduction because that subblock does not contain any elements of A-1, B-2, C-3, or D-4 names at all. *Table 1* demonstrates the parameters of verbal semiotic mode distinguished within the perfume advertisement. These parameters describe all functional, structural, and lexical aspects of the verbal semiotic mode.

Table 1. Parameters of the verbal semiotic mode in the perfume advertisement

Type of a functional block	Structures of a functional block	Names used for creating a functional block
The full naming complex	A-1 brand (company) name B-2 individual name C-3 genitive (product) name D-4 additional information	<i>Yves Saint Laurent</i> <i>Black Opium</i> <i>eau de parfum</i> <i>the new feminine</i> <i>fragrance</i>
The poster	A-1 brand (company) name B-2 individual name D-4 additional information	<i>Yves Saint Laurent</i> <i>Black Opium</i> <i>the new feminine</i> <i>fragrance</i>
The label	A-1 brand (company) name B-2 individual name	<i>Yves Saint Laurent</i> <i>Black Opium</i>
The assessing relative subblock	A-1 brand (company) name website	<i>yslbeauty.com</i>
non-relative subblock	Model's name	<i>Edie Campbell</i>

The perfume advertisement's verbal semiotic mode is realized in five different functional blocks. The block structure is determined with corresponding names which are created with naming units-phrases of coordinative and subordinative nature. Name reduction varies from the zero degree (no reduction at all) to the complete, total reduction of all obligatory names. All these parameters help to reveal such textural parameter of the perfume advertisement as cohesion which is recognized as one of the basic standards of textuality responsible for the semantic unity of the text (in our case it is a perfume advertisement). Cohesion is understood as a criterion for recognising text boundaries. The perfume advertisement which analysis is demonstrated in *Table 1* has definite features of lexical cohesion. This is the case when a cohesion effect is achieved by the selection of vocabulary. The mechanism of lexical cohesion used in the perfume advertisement is classified as reiteration which is a form of lexical cohesion, involving the repetition of a lexical item at one end of the scale and the use of a general word to refer to a lexical item at the other end of the scale; and some things between the ends (the use of synonym, near-synonym, or superordinate). Repetition occurs between different functional blocks. In particular, A-1 brand, the company name (*Yves Saint Laurent*) is repeated completely (without any abbreviation) in such functional blocks as the poster and the label. In the form of initialism (*YSL*), it is repeated in such functional blocks as the logo and the assessor. In general, this naming unit phrase is repeated four times. Repetition involves B-2 individual name (*Black Opium*) mentioned in the poster and the label functional blocks. This naming unit phrase is repeated two times. All these cases of repetition occur in different blocks and may be distinguished as innerblock repetition. There is a case of inner block reiteration, in particular, synonym which occurs in the full naming complex block between C-3 genitive, product name and D-4 additional information. The naming unit *eau de parfum* in C-3 name is changed into its synonym *fragrance* in the D-4 name, these units are synonyms because they describe olfactory products (substances) with pleasant smells and they are rather close synonyms. Another case of inner block lexical cohesion occurs in the assessing block,

between relative and non-relative subblocks. It is a case when very distant synonyms are used, in particular, *beauty* used in the relative sub-block and *Edie Campbell* (known as real beauty) in the non-relative block. There is a very subtle case of lexical cohesion which may be recognized as a case of far distant synonyms. Here it is necessary to take into consideration such lexical units as *feminine* (used in the full naming complex, the poster functional block) and *beauty* (used in the assessing functional block, its relative sub-block) and *Edie Campbell* (in non-relative subblock). These three lexical units *feminine*, *beauty*, and *Edie Campbell* may be recognized as subtle, very distant synonyms. The phenomenon of lexical cohesion occurs in the perfume advertisement indicating undoubtedly the existence of a textual component of verbal semiotic mode in the structure of the advertisement.

The verbal semiotic mode grasps temporality, changes, thoughts, causality, and opinion-appraisal estimation. In the case of perfume advertisements, it represents (in a direct, denotative way) a positive evaluation of the goods (perfume) advertised, underlying its quality, positive features and other article specifications. Cases of verbal (lexical) cohesion occur within one and the same verbal semiotic mode and create the fundamentals for further possible cases of cohesion within visual and olfactory semiotic modes and between different semiotic modes as well. The visual semiotic mode of perfume advertisement includes two branches. The first one is connected with iconic representation whereas the second branch deals with colour which functions as media language providing connotations with different images. There is an intermediate, intervening element between verbal and visual semiotic modes. It is typography which may be recognized as a complex phenomenon, including verbal-visual combinations, mixtures, the union of wording and variation of print or type using different visual effects for representing verbal information which is given in four functional blocks.

The poster block is shown in white on the black and partly pink. The B- 2 individual name (*BLACK OPIUM*) is printed in a simple *sans-serif* font which looks neutral, plain and calm. Its attraction is formed using capital letters. The visual stress is given to the second

word in the name, involving thick, bold type which looks more noticeable than the thin type of the first word. Using capital block letters makes the words stand out from the advertisement page. A-1 brand name (*Yves Saint Laurent*) has its typography in the iconographic *Yves Saint Laurent's font* which is easily identifiable by the audience. Here is a combination of italic type for initial letters in the personal name and Roman type for small letters. The initial letters in italic type are perspective visible elements for the company's logo (YSL). D-4 additional information block is printed in capital letters (*THE NEW FEMININE FRAGRANCE*) using the thinnest type indicating its additional meaning. Within the poster functional block, there is a visible gradation of letter line thickness. A thin line seems delicate, unassertive and even weak whereas a thick one seems aggressive, forceful, strong and energetic. The label block is printed on a pink background and uses the same *sans-serif font* as on the poster. There are the same variations of font with the same design and lines. The label block is repeated twice on the front bottle of perfume and on the bottle in the model's right hand. The biggest and thickest capital letters are used in the logo functional blocks (YSL) and in contrast, the thinnest and smallest letters are used in the assessing functional block.

Typography is closely connected with formal elements of a visual semiotic mode and the most remarkable is composition. It is associated with the overall plan or structure of the perfume advertisement. Composition denotes the relationship among component parts and involves balance and harmony, the relationship of parts to each other and to the whole work, and the effect on the viewer. The composition of a work depends on how the formal elements are arranged and distinct from the subject matter, content, or theme. In a formal way it may be represented as: $\{\text{composition}\} = \{[\text{structure/plan}]\} = \{[(\text{balance}) + (\text{harmony}) + (\text{relationship})]\}$. A plan is a flat surface having a direction in space. Balance is created with the harmonious blending of formal elements in a successful composition. The simplest form of balance is symmetry, in which there is an exact correspondence of parts on either side of an axis or dividing line. The left side of the work is a mirror image of the right

side. Balance can also be achieved by non-equivalent elements. This is known as asymmetrical balance. The name of the perfume, the brand name and the tagline that follows are all centred in the bottom half of the advert, which stands out to the reader due to the contrast of the whole text and black background. All of the text is in capital letters which are bold and stand out to the reader, however, the most important information is in a larger font than the less important information. The brand name is still in its original font which is widely recognised. The well-known logo of the brand *Yves Saint Laurent* is located in the top right corner which immediately stands out to the reader as it is very recognisable and located separately from the rest of the text.

The whole composition of the advert text is connected with two plans. A horizontal plan grasps (from left to right) the assessing block, the poster block, and the label block. A vertical plan piles up the label block and the logo block at the very top of the advertisement. All the blocks together form an asymmetrical balance in the right low corner, leaving spare space for other images and icons. The position of visual objects in the advertisement may be represented formally with a sagittate cross-section scheme (Fig. 2).

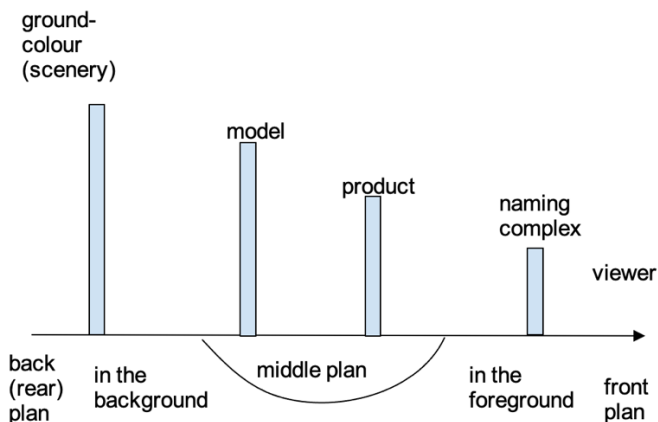


Fig. 2. Sagittate scheme of the perfume advertisement components

.....

This scheme indicates the position of visual components when they create the illusion of depth on the flat surface of the advertisement. Techniques for creating an illusion of three dimensions in a two-dimensional image include these: using modelling lines to stimulate three-dimensionality; making a nearer object overlap a more distant one; depicting a nearer object as larger than a more distant object; making the base of the nearer object closer to the lower edge of the picture and, conversely, making the base of the more distant object closer to the horizon line. In a picture, depth is an illusion of three-dimensional space. This illusion is represented in a one-point perspective. The scheme looks like an arrow penetrating the depth of the picture, approaching the farthest objects, that is why the scheme, is called sagittate (sagittal) as if the Sagittarius uses his bow and shoots with an arrow. The sagittal scheme separates the illusion of depth into three plans (according to the viewer's position). The front plan has in its foreground the naming complex or its fragments. The middle plan includes the images of the advertised product and model. The back (rear) plan has in its background the scenery or ground colour. The advertised product is associated with a perfume bottle (flask) which is depicted twice, in the foreground, and in the model's right hand in the middle times plan. The perfume bottle is repeated two times providing the case of visual cohesion using the mechanism of lexical cohesion (repetition). The clear image of the perfume bottle makes it obvious to the reader what the advert is trying to sell, the glow effect around it makes it stand out against the black background. The theme of the main image suits the perfume bottle which adds to the tone that the advert is trying to portray. The bottle itself is square with an oval top and bottom, associating the perfume, and hence its purchaser, with all the attributes of stability, quality, and high standards. The square is a symbol of reliability, stability and symmetry. To call people "foursquare" means that they are forthright and unequivocal, that they confront things "squarely". If anything is "all square", certain, equity or evenness is implied; a "square meal" is satisfying in both amount and content. When the term "brick" is applied to people, it means that

they are good-natured and reliable. Too much rectangularity, though, may imply dullness or monotony – to call someone "a square" suggests over conservatism or conventionality. The product being advertised here comes in one shape and size bottle. The perfume flask appears to be rectangular shaped which can be quite feminine. The product is shown and the bottle colour is black. There is an image of the bottle in front of the model. The bottle is in the model's hand, glows and shines in the lady's right hand. The direct representation of the perfume bottle and its aspect representation in the model's hand indicates the mixture of square and oval shapes. The middle neutral direct angle shot is used for clear representation.

The most significant element of the middle plan is a model. This is a female model called *Edie Campbell*. This element includes the model's image, code of costume and code of behaviour. The last item grasps body language (pose), imitation of behaviour, and facial expression. The model with her detailed description is a signifier while the model's attributes are signified. The model is represented as the main image which covers the whole advert which allows the reader to fully understand what the advert is trying to sell. The tone of the image creates a sense of seduction for the reader, due to the dark eye makeup, dark hair, dark clothes, and dark background. This will make it obvious to the reader that the smell of the perfume would be more suited for night time and would possibly make women feel appealing due to the image that is portrayed. The model suggests that this perfume would attract a slightly more mature market, ranging from ages 20-40. It is a female perfume, but with a slightly muskier scent which would be more suited for an older target market, compared to teenagers who tend to prefer more fruity and floral scents. The model with her attraction, charm, dress, and makeup exemplifies the type of consumers would be drawn to this perfume. They are individuals who appreciate dressing up, investing in stylish outfits like more luxury brands, such as *Yves Saint Laurent*, and taking care of their hair and makeup. These consumers enjoy going out for dinners, experimenting with various perfumes, staying current with fashion and beauty trends. The model's code of

behaviour shows that she is looking directly at the view and expresses a sense of empowerment and awareness, adding to the appeal of the perfume to the target market.

Table 2. Parameters of the visual semiotic mode in the perfume advertisement

Plan	Visual Component	Details of Visual Component	
		variable	static
front	perfume bottle (flask)	shape, size, design, angle shot	colour
middle	model	image code of costume, code of behaviour (body language or pose, imitation of behaviour, facial expression)	colour
back (rear)	scenery	shade effect glow effect	colour

Colour as a media language provides spare cohesion within the visual semiotic mode and partly between verbal and visual semantic modes. Black colour belongs to an achromatic class which consists of those with no colour. If all the colours are absorbed, the black one happens. Absolute black, which is very rare, reflects no light at all; shades of grey reflect different amounts of light – the darker the grey the less light is reflected. Black colour prevails in the advertisement. The model is wearing a black dress, and her fingernails, eyelashes, eyebrows, and hair are black too. The perfume bottle is black as well. The black rare plane has black ground colour with some white, deep-blue and yellow spots. The black colour provides the main cohesion within the visual semiotic mode combining all visual components at the sagittal cross-section scheme. Black grasps the perfume bottle (product), the model and the scenery. The secondary cohesion is provided with a pink colour. It occurs at the perfume label, model's lipstick shade and her check-rouge. A lighter pink shade connected with the model's complexion. The black colour provides some cohesion between verbal and visual semiotic modes. B-2 individual name *BLACK OPIUM* being a phrase naming unit contains the first

attributive element *black* and that lexical unit is reflected in the visual semiotic mode. Another rather subtle connection between verbal and visual semiotic modes occurs between the lexical unit *opium* and the model's facial expression. Dictionary definitions of the lexical unit *opium* contain corresponding sems indicating its properties (*a drug made from poppy plants and used in medicine to control pain or help people sleep* [17], *a powerful illegal drug made from poppy seeds. Dings made from opium are used to reduce severe pain* [18]). The model's facial expression looks a bit tranquil, undisturbed, drowsy, and slumberous as if she is in a sleepy state. This tranquillity mirrors the calming effect associated with opium, which evokes rest and serenity. This subtle connotative coherence strengthens the common system of cohesion between verbal and visual semiotic modes. Imitation of behaviour as a component of the code of behaviour demonstrates the result of using the perfume with a soothing effect. The olfactory semiotic mode is represented using synaesthesia when the smell is represented using verbal description and visual representation, showing a perfume bottle and the model's facial expression.

Conclusion. The perfume advertisements are characterised by two semiotic modes: verbal and visual. Each of these modes comprises a set of peculiarities, known as parameters. The verbal semiotic mode selects its parameters as types of functional blocks, the structure of these blocks and definite names as building material for functional blocks. In contrast, the visual semiotic mode is associated with such parameters as layout, visual components and their details. Cohesion is the primary mechanism of cooperation within each semiotic mode and between these semiotic modes. Cohesion is achieved through the process of reiteration. The olfactory semiotic mode happened to be out of detailed research. Smell possesses unique characteristics and requires synaesthesia for recognition of its parameters and properties which may be the aim of further research.

REFERENCES

1. Barthes, R. (1974). *Image, Music, Text*. Waukegan Fontana Press, 210 p. [in English].
2. Bateman, J. & Schmidt K. H. (2011). *Multimodal Film. Analysis: How Films Mean*. London, New York: Routledge, 338 p. [in English]
3. Halliday, M.A.K, Matthiessen C. (2014). *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. New York: Routledge, 786p. [in English].
4. Kress, G. (2009). *What is mode? The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London: Routledge, 54-67 [in English].
5. Kress, G. & Leeuwen, T. van (2001). *Multimodal Discourse*. London: Bloomsbury Academic, 142 p. [in English]
6. Kress, G. & Leeuwen T. van (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge, 312p. [in English]
7. Martinee R., Salway A. (2005). A system for image-text relations in new (and old) media. *Visual communication*. №4 (3), 337– 321. [in English]
8. Metz, C. (1973). *Methodological Propositions for the Analysis of Film. Screen*, №14, 89-101. [in English].
9. Mital, P., Smith, T. & Hill, R. (2011). Clustering of gaze during dynamic screen viewing is predicted by motion. *Cognitive Computation*, 3, 38-42. [in English]
10. *Multimodal Literacy* (2003) / ed. by C. Jewitt, G. Kress. New York: Peter Lang, 196 p. [in English].
11. Painter, C., Martin, J.R. & Unsworth, L. (2012). *Reading Visual Narratives: Image Analysis in Children's Picture Books*. Sheffield: Equinox, 181p. [in English].
12. Ryan, M.L. (2006). *Avatars of Story*. Minneapolis University of Minnesota Press, 275p. [in English]
13. Schriver, K. (1997). *Dynamics in Document Design: Creating Text For Readers*. Hoboken: Wiley, 592 p. [in English]
14. Spillner, B. (1982) Stilanalyse semiotisch komplexer Texte. *Kodicas / Code. Ars Semeiotica*, 4/5 (1), 91-106. [in German]
15. Stöckl, H. (2009). The language-image text – Theoretical and analytical inroads into semiotic complexity. *Arbeiten aus Anglistik und Amerikanistik*, 34, 23-226. [in English].
16. Tseng, C. (2003). *Cohesion in Film: Tracking Film Elements*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 176 p. [in English].

DICTIONARIES

17. *Cambridge English Dictionary*.

URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/>

18. *Longman dictionary of contemporary English*.

URL. <https://www.ldoceonline.com/>

Дата надходження до редакції – 12.09.2023

Дата затвердження редакцією – 01.10.2023



This work is licensed under a Creative Commons
Attribution 4.0 International License.

**АВТОРСЬКИЙ ПОГЛЯД
НА АКТУАЛЬНІ ЛІНГВІСТИЧНІ ПИТАННЯ**

УДК 811.167,2:35'75

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.47.105-130>

Andriy V. Botsman

ORCID: 0000-0003-3083-6637

Olga V. Dmytruk

ORCID: 0000-0002-7540-7708

Valeria V. Bondarenko

ORCID: 0000-0001-5004-9855

**DESQUAMATION MECHANISM OF THE GOTHIC
PRETERITE-PRESENT VERB ORIGIN**

Abstract. *The article describes the attempt to process reconstruction which caused the formation of the preterite-present verb subgroup in the Gothic language. The reconstruction was based on the primary supposition of relationship and correlation of the preterite-present subgroup and the group of the strong verbs. That relationship is understood as the reconstruction of ablaut fragments belonging to the strong verbs, preterite with the further reflection of ablaut fragments in the preterite-present verbs, presence. The preterite-present verbs were separated into the individual subgroup involving the mechanism of desquamation. It is recognized as a gradual, multi-stage exfoliation, come off in layers of preterite-present verbs-to-be from the strong verb corpus.*

The desquamation was understood as an integrated phenomenon which got definite outlines owing to the fact that the quality parameters were introduced. They gave the opportunity of desquamation describing using the quantitative indices. They permitted to describe desquamation in an objective way. The manifestation of desquamation features is associated with the degree of feature displayed. The quantitative parameter is recognized as penetrance. The opposite parameter is understood as a degree of feature lack. It is recognized as expressiveness. Both of them (penetrance and expressiveness) outline borders within which desquamation features exist and function; they act as self correlates. The desquamation descriptive precision becomes higher after the introduction of supplementary quantitative parameters. Mutual relations between strong and preterite-present verbs can be calculated with the number of ligaments.

They form the notion of ligamentation. From another point of view, the number of calculated ligaments helps to describe ligamentation as menodentated or bidentated. In particular, a bidentated ligamentation may be classified as homogeneous or heterogeneous, taking into consideration nature of ligaments.

The system of quantitative parameter usage enables to subdivide Gothic preterite-present verbs into two quasi-groups. The first quasi-group contains verbs have definite correlations with the strong verbs of certain ablaut classes. The second one grasps verbs having obscure correlations with the certain ablaut classes. Obscure correlations demonstrate very indefinite connection with two ablaut classes simultaneously. It indicates the intermediate location of three preterite-present verbs (the second quasi-group) between two ablaut classes. That oscillation between two ablaut classes complicated the process of desquamation. The desquamation is connected with translocation, which designates the process when the verb desquamated from the corpus of strong verbs is shifted into the system of preterite-present verb parameters.

Tendencies fixed in the system of quantitative parameters are connected with the Gothic language, and may be used for further Common-Germanic generalization. It looks promising to research the preterite-present verbs in the North-Germanic and West-Germanic areas with finding out their difference, similarity, and individual specification.

Keywords: *ablaut class, desquamation, ligamentation, penetrance, preterite-present verb, translocation.*

Information about authors: *Botsman Andriy Vasylovych – PhD in English Philology, Associate Professor; Associate Professor of the Department of English Philology and Intercultural Communication; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.*

Dmytruk Olga Viktorina – PhD in English Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of English Philology and Intercultural Communication; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.

Bondarenko Valeria Valeriyvna – PhD in English Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of English Philology and Intercultural Communication; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.

E-mail: *a.botsman@knu.ua; o.dmytruk@knu.ua; v.bondarenko@knu.ua*

Боцман А.В.

ORCID: 0000-0003-3083-6637

Дмитрук О.В.

ORCID: 0000-0002-7540-7708

Бондаренко В.В.

ORCID: 0000-0001-5004-9855

ДЕСКВАМАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ПОХОДЖЕННЯ ГОТСЬКИХ ПРЕТЕРИТО-ПРЕЗЕНТНИХ ДІЄСЛІВ

***Анотація.** У статті описано спробу реконструювати процеси, які призвели до формування претерито-презентних дієслів у готській мові. Реконструкція базувалася на початковому припущенні щодо спорідненості претерито-презентної підгрупи з корпусом сильних дієслів. Спорідненість визначалася фактом відтворення елементів аблауту у претеритальних формах сильних дієслів у презентних формах претерито-презентних дієслів. В основі виокремлення претерито-презентних дієслів лежить механізм десквамації, який розуміється як градуальне, багатостадійне, поступове відшарування майбутніх претерито-презентних дієслів від корпусу сильних дієслів.*

Десквамація була визначена як інтегроване явище, що отримало чіткі обриси завдяки інтродукції кількісних параметрів, які уможливили здійснення десквамаційної дескрипції, спираючись на кількісні показники, що окреслюють десквамаційні ознаки. Цей кількісний параметр визначається як пенетрантність. Ступінь відсутності ознаки описується кількісним параметром, що визначається як експресивність. Обидва параметри (пенетрантність та експресивність) чітко окреслюють межі, в яких проявляються десквамаційні ознаки, а також вони є взаємними корелянтами. Ступінь точності опису десквамації значно підвищується шляхом інтродукції додаткових кількісних параметрів. Взаємозв'язок між сильним і відповідним претерито-презентним дієсловом кількісно обраховується числом лігаментів, які формують поняття лігаментації. З іншого боку, кількість виявлених лігаментів дозволяє описати лігаментацію як монодентатну або бідентатну. Водночас, бідентатна лігаментація може бути визначена як гомогенна або гетерогенна, виходячи з природи лігаментів.

Застосування системи кількісних параметрів дозволяє розмежувати готські претерито-презентні дієслова на дві квазігрупи. Перша квазігрупа сформована претерито-презентними дієсловами, що мають чітку співвіднесеність із сильними дієсловами певних рядів аблаута. Друга квазігрупа містить дієслова, що виявляють ознаки

співвіднесеності з конкретним рядом аблаута, що затемнені нечіткими, суперечливими ознаками. Вони демонструють невизначену спорідненість одночасно з двома рядами аблаута. Це може свідчити про проміжну дислокацію зазначених трьох претерито-презентних дієслів між двома рядами аблаута. Ця осциляція між двома рядами аблаута ускладнила процес десквамації. На процес десквамації наклалося явище транслокації, яке зумовлене перенесенням десквамованого дієслова у систему претерито-презентних параметрів.

Зафіксовані закономірності та виявлені кількісні параметри стосуються готської мови і слугують матеріалом для спіліногерманських узагальнень. Але перспективним вбачається дослідження як у межах північногерманського, так і західногерманського ареалів, де можуть бути виявлені специфічні та спільні ознаки в аспекті формування претерито-презентних дієслів.

Ключові слова: десквамація, лігаментация, пенетрація, претерито-презентне дієслово, ряд аблаута, транслокація.

Інформація про авторів: Боцман Андрій Васильович – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Дмитрук Ольга Вікторівна – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Бондаренко Валерія Валеріївна – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

E-mail: a.botsman@knu.ua; o.dmytruk@knu.ua; v.bondarenko@knu.ua

The existence of the preterite-present verb subgroup is one of the individual peculiarities distinguishing Old and New Germanic languages from the rest of Indo-European languages. That subgroup is built up with the verbs creating their present tense (presence) involving the form of strong past (preterite). The functioning of that verb subgroup may be explained with the primary type meaning of strong past as the Indo-European perfect. In other Indo-European languages that verb subgroup is reflected in similar or lexically equal verbs. The perfect (resultative type) explains the finished and completed action that has a result in the present time. The perfect gradually losing its type meaning may be transformed into the present tense.

The preterite-present verb subgroup of all Germanic languages has the main feature; their present tense forms are characterized by the vocalic system past tense [3, p.141]. The origin of the preterite-present verbs is outlined in general sphere and in phonological and morphological aspects, too. There are no attempts to describe and distinguish the stages – steps of preterite present verb subgroup formation in Old Germanic languages. It is the specification of stages – steps, gradation of that verb subgroup separation that is still waiting for its solving and reconstruction. The connection of this problem with theoretical and practical aspects is in the attempt of reconstructing the processes that are in the base of the preterite-present verb formation during the earliest periods of the Germanic languages. It may be the clue for explaining the processes that are in the base of formation, development and functioning the preterite-present verb subgroup in New Germanic languages.

The purpose of the article is to find out and reveal the mechanism of formation which caused the separation of the preterite-present verbs. **The topicality of research** lies in the fact that finding out the formation of certain lexico-grammatical groups is still a difficult task requiring the detailed analysis and vast grasping generalisation. The scientific novelty of the research suggested is in the attempt of finding out the mechanism of the preterite-present verb subgroup formation, the separation of that verb subgroup from the strong Germanic verbs. The mechanism obtains qualitative and quantitative characteristics. **The object of research** is strong, preterite- present and anomalous Old Germanic verbs (on the example of the Gothic language). **The subject of research** is the specification of separation processes of the preterite present verbs in the Gothic language.

Literature review. There was a stable and steady tendency of current time linguistic research when the preterite present verbs were out of linguists' attention as nonperspective and unattractive linguistic phenomenon. The main part of preterite-present verbs was emphasised to have belonged to the lexical group of emotional state verbs, so called *verba sentiendi* in the broad sense. It explains their meaning transformation from the action result in the past to the state

in the present. It is the sphere of spiritual life that the result of the past realised process takes place in the present situation (compare I remembered = I remember; I hated = I hate) [10, p. 72]. That verb subgroup was investigated in a very isolated narrowed way. The main feature emphasised in that subgroup was the morphological peculiarity of the tense forms. In particular, the present tense forms were created according to the patterns of the strong verbs. For example, Gothic *witan* (to know) has the stem of the personal forms, singular indicative mood *wait* (I know, he knows). The personal form of plural, indicative mood is *wit-*, compare *witum* (we know), *witun* (they know). There is a resemblance between the preterite-present verbs and the preterite of strong verbs. They both have the same root vocalisation and the same system of person inflection. These verbs create the preterite and past participle forms according to the patterns of weak verbs, and dental suffix has main forms *-þa-*, *-ta-* [12, p. 165].

The Germanic languages were believed to have very simple and primitive system of type tense, modal and voice positions [3, p. 81]. From the opposite point of view, the Indo-European verb was characterised with the neutral and flexible root, very well-developed paradigm of distinctive verb forms; the verb system was very well developed [11, p. 27]. The Germanic languages being developed on the small and nucleus territory possess common word building models. It explains the restriction of verbs that were involved into the formation of new models in different languages: *be*, *become*, *go*, *should*; sporadically other verbs (*may*, *will*) were involved into the process of grammatical form creation without creating stable constructions [4, p. 82]. According to the vowel gradation in the basic forms the preterite present verbs are divided into several classes based to the patterns of strong verbs. There is a linguistic tradition of the Gothic preterite-present verb division among the I, II, III, IV, VI ablaut classes; two verbs (*mag*, *áih*) are not connected with any ablaut class [14, p. 165–166]. There is a bit different tradition of preterite-present verb grouping with two anomalous verbs *wiljan*, *wisan* [5, p. 103]. Some linguists create the subgroup of anomalous verbs grasping *wiljan*, *wisan* and the reduplication verbs *gaggan* [12, p. 167–168].

The preterite-present verb division according to the ablaut classes of strong Germanic verbs was not the only idea. Some linguists connected the verb *may* with the V ablaut class [6, p. 163]. The same idea is put forward in the present day fundamental reference books, but there is no mentioning of the verbs belonging to the II ablaut class [14, p. 123]. This discrepancy in the classifications of the preterite present verbs shows the absence of the finally formulated idea about these verbs, and, maybe, it is connected with the obscure mechanism of the preterite-present verb origin. These verbs have another feature. Their form of the past tense is of the second origin and related to the type of weak verbs. The second origin is recognised in the infinitive, present and past participles [12, p. 274–275]. The system of weak verbs is likely to have been characterised by the formation of the past tense transparency of the stem components, high productivity of the verb creation categories. These features of the weak verbs may be revealed in the oldest texts of the Gothic language [5, p. 89].

The Germanic preterite-present verb subgroup is a restricted, limited lexico-grammatical creation. From the semantic point of view, these verbs may be characterised as verbs of state. The preterite-present verbs have an individual peculiarity in the creation of the present tense paradigm which was the reflection and the very replic of the strong verb preterite. The ablaut patterns of the verb stem in the most part of the preterite-present verbs are the same as in the preterite of the strong verbs. There is the same resemblance between the system of person endings of preterite-present verbs and the preterite endings. There is only one difference for the second person singular in the West-Germanic area. It corresponds to the form of the second person singular of strong preterite in the Gothic-Scandinavian group. The preterite of this verb subgroup is created using the dental suffix with the same phonetic variants that happens in phantasmal verbs of the type such as Gothic *waurljan* [8, p. 130].

The recognative feature of the Germanic languages is known to be connected and associated with the systemic functional grammatic usage of ablaut (vowel gradation) and the usage of the dental suffix in the system of verb preterite [6, p. 41–42]. The subgroup of

preterite present verbs belongs to the list of linguistic peculiarities associated with the Germanic languages. These verbs are known in the verb system of other Indo-European languages, (compare Gothic *wait-witum*, Sanskrit *vēda – vidmá* (I know – we know)). Only the Germanic preterite present verbs were separated into a significantly functional subgroup having specific syntactical and morphological usage of the separated verbs with general modal meaning [6, p. 42]. The history of Germanic languages demonstrates the gradual stage-step development and formation of this verb subgroup systemic functions [17, p. 86]. Having formed the Pan-Germanic subgroup, the preterite-present verbs demonstrated the tendency of creating stable forms. In this aspect the formation of preterite according to the pattern of weak verbs, which was introduced for the preterite present verbs, is a clear and evident example.

The Afrikaans language did not preserve the reflexion of Old Strong verbs as the preterite had been lost completely, and the past participle levelled the vocalisation according to the infinitive pattern. Only a very small group of verbs (modal and auxiliary) preserves the past simple [12, p. 145 (*kan* (be able to) – *kon* (he was able to); *mag* (be able to, want) – *mog* (he was able to, he wanted); *will* (will) – *wou* (would); *moet* (have to, must) – *moes* (he had to)) [14, p. 95]. It testifies to the fact that the past simple tense got a specific stability in the in the system and of preterite-present verbs and is preserved there when in other verb system the past simple tense had disappeared and was substituted with the perfect tense possessing the preterite function. This only exception is known to be out of the general tendency of the development in the sphere of Germanic languages. The Afrikaans language being in non-Germanic polylingual Afrikaans environment is not likely to be the perfect example for illustrating Common Germanic tendencies of development.

Results. The preterite-present verbs demonstrate the tendency of forming functional stable forms in the presence and preterite. This tendency makes the verb in the subgroup autonomous and self-sufficient. The stage-step separation of these preterite-present verbs includes multiple sub-steps (substages), and thus needs gradual and thorough investigation. If we analyse and investigate the root

syllable structure of the preterite-present verbs, it is possible to connect the preterite-present verbs with corresponding ablaut classes of strong verbs.

The preterite present verbs in the presence have the form of strong preterite. The preterite-present verbs in the root of singular form have the vowel that correlates to the second basic form of strong verbs (past, singular) of the corresponding ablaut class. The preterite-present verbs in the root of plural form have the vowel correlating to the third strong verb form (past, plural) of corresponding ablaut class. According to these relations between the preterite-present and strong verbs **Table 1** was made.

Table 1. Parametrical comparison of strong verbs of the first, second, third, fourth and sixth ablaut classes and related preterite-present verbs in the Gothic language

Parameters of the first ablaut class strong verbs			Parameters of the preterite-present verbs		
Ablaut class	Verbs forms	Examples of the verb forms	Reflected fragments of the ablaut class	Examples of verb forms	Verb forms
1	2	3	4	5	6
<i>ī</i>	I form infinitive	<i>leiþan</i> (to go)		<i>witan</i> (to know)	infinitive
<i>ai</i>	II form I person, singular, indicative, past tense	<i>laiþ</i> →	<i>ai</i>	<i>wait</i>	I person, singular, indicative, present tense
<i>i</i>	III form I person, plural, indicative, past tense	<i>liþum</i> →	<i>i</i>	<i>witum</i>	I person, plural, indicative, present tense
<i>i</i>	IV form past participle	<i>liþans</i>			
Parameters of the second ablaut class strong verbs			Parameters of the preterite-present verbs		
1	2	3	4	5	6
<i>iu</i> (<i>ū</i>)	I form infinitive	<i>biugan</i> (to begin) <i>lūkan</i> (to lock)		<i>*dugan</i> (to be fit for)	infinitive

Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика

<i>au</i>	II form I person, singular, indicative, past tense	<i>baug</i> → <i>lauk</i>	<i>au</i>	<i>daug</i>	I person, singular, indicative, present tense
<i>u (aú)</i>	III form I person, plural, indicative, past tense	<i>bugum</i> → <i>lukum</i>	<i>u</i>	<i>*dugum</i>	I person, plural, indicative, present tense
<i>u (aú)</i>	IV form past participle	<i>bugans</i> <i>lukans</i>			
Parameters of the third ablaut class strong verbs			Parameters of the preterite-present verbs		
1	2	3	4	5	6
<i>i (ai)</i>	I form infinitive	<i>bindan</i> (to bind) <i>wairþan</i> (to become)		<i>kunnan</i> (to know) <i>*þairban</i> (to need) <i>ga-doursan</i> (dare)	infinitive
<i>a</i>	II form I person, singular, indicative, past tense	<i>band</i> → <i>warþ</i>	<i>a</i>	<i>kann</i> <i>þarf</i> <i>gadars</i>	I person, singular, indicative, present tense
<i>u (aú)</i>	III form I person, plural, indicative, past tense	<i>bundum</i> → <i>waurþum</i>	<i>u</i>	<i>kunnum</i> <i>þairbum</i> <i>gadaúrsum</i>	I person, plural, indicative, present tense
<i>u (aú)</i>	IV form past participle	<i>bundas</i> <i>waurþans</i>			
Parameters of the fourth ablaut class strong verbs			Parameters of the preterite-present verbs		
1	2	3	4	5	6
<i>i (ai)</i>	I form infinitive	<i>niman</i> (to take) <i>bairam</i> (to bear)		<i>skulan</i> (shall) <i>munan</i> (to think, to suppose)	infinitive
<i>a</i>	II form I person, singular, indicative, past tense	<i>nam</i> → <i>bar</i>	<i>a</i>	<i>skal</i> <i>man</i>	I person, singular, indicative, present tense
<i>ē</i>	III form I person, plural, indicative, past tense	<i>nēmum</i> → <i>bērum</i>	<i>u</i>	<i>skulum</i> <i>munum</i>	I person, plural, indicative, present tense

<i>u (aú)</i>	IV from past participle	<i>numans</i> <i>baúrans</i>			
Parameters of the sixth ablaut class strong verbs			Parameters of the preterite-present verbs		
1	2	3	4	5	6
<i>a</i>	I form infinitive	<i>faran</i> (to go)		<i>ga-mōtan</i> (to take place, to be able to) <i>ōgan</i> (to be afraid)	infinitive
<i>ō</i>	II form I person, singular, indicative, past tense	<i>fōr</i> →	<i>ō</i>	<i>gamōt</i> <i>ōg</i>	I person, singular, indicative, present tense
<i>ō</i>	III form I person, plural, indicative, past tense	<i>fōrum</i> →	<i>ō</i>	* <i>ga-mōtum</i> * <i>ōgum</i>	I person, plural, indicative, present tense
<i>a</i>	IV from past participle	<i>farans</i>			

It contains the comparison of five preterite-present verbs with corresponding strong verbs of the first, second, third, fourth, and sixth ablaut classes. All the peculiarities are reflected in Table 1.

A special attention is devoted to the correlation of the second form of strong verbs (the first person, singular, indicative mood, past tense) to the preterite-present verb (the first person, singular, indicative mood, present tense); and the correlation of the third form of strong verbs (the first person, plural, indicative mood, past tense) to the preterite-present verb (the first person, plural, indicative mood, present tense). It is demonstrated in Table 1 that the preterite-present verb *witan* (to know) corresponds to the first ablaut class and has the vowel gradation *ai* : *i*. This paradigm grasps the substantivised past participle *weit* – *wōþ* (witness, witnessed). The root of the verb was used to create the strong verb *in-weitan* (to greet) and the weak verb of the third conjugation *witan* (to observe). These examples show that the main meaning of this verb root was *see, find* [8, p. 77]. Table 1 does not contain the relict preterite-present verb preserved only in the form *lais* (I know) (Phil. 4, 12) [1, p. 146]. That root gave the

Common Germanic causative Gothic *laisjan* (to learn) and the noun *lists* (cunning). The lack of corresponding forms did not give the opportunity to research and compare that verb.

The vowel gradation of the second ablaut class *au : u* takes place in the relict verb *daug* (he is fit for) (the third person, singular) (K. 10, 23) [1, p. 217], which was preserved only in this form. The infinitive is reconstructed in the form of **dugan* [5, p. 79]. This vowel gradation has a shade of convention as the form **dugum* is reconstructed, too. The vowel gradation of the third ablaut class *a : u* takes place in three preterite present verbs. They represent phonetic and spelling correlation *u (au)*. The preterite-present verb *kunan* has some related words: the adjective (old past participle) *kunþs* (known), and *kunnan* (recognise) (the third weak conjugation) [5, p. 79–80]. The verb **þaurban* has the relative past participle *þaurft* (necessary). The consonant alternations *f : b* in the forms *þarf : þaúrbum* is the relict pattern of grammatical alternation in the Gothic language [5, p. 81]. The grammatical alternation as a system was not preserved in the Gothic language. The example given above is connected with the conjugation and has structure [*f : b < f : þ*] [5, p. 135]. The sound *f* in the form *þarf* is not the result of Gothic devoicing when Germanic *þ* takes place at the end of the word as in *giban : gaf* (to give), because after *r* the primary *þ* is preserved as *-b-*: compare *swairban : swarb* (suffer). The Indo-European root (**dhers-*) happens in other Indo-European languages: Sanskrit *dhatsāti* (he dares), Russian *дерзкий*, Ukrainian *дражнити*, (коза)-*депе́за*, Czech *drzky* [5, p. 81]. If the vowel gradation of the first, second, and the third ablaut classes is completely reflected in corresponding forms of the preterite-present verbs, the two preterite-present ones belonging to the fourth ablaut class have the vowel alternation *a : u* instead of expected *a : ē*. Instead of the strong verb preterite there is the normal vowel alternation *a : naught*. This vowel alternation is an ancient archetype. It happens in light roots, with the movement to the sonant. On the contrary, the vowel alternation *a : ē* in the fourth ablaut class of strong verbs was the innovation that was created as a result of different processes connected with the formation of the fourth ablaut class. The witnessed form of past participle *skulds* (guilty) is likely to have been an adjective [7, p. 41].

The root of the verb *munan* gave the weak verbs: *munan* (remember) (the third weak conjugation), *ufarmunnōns* (forget). There were witnessed forms *aina* – *mundiþa* (shared thought), *ga-mund-s* (memory) [1, p. 217–218]. Final Table 1 verbs correlate with the sixth ablaut class. In fact, there is not the vowel gradation, but the repetition of the root vowel *-ō-*. The causative *ōgjan* (scare) originated from the verb *ga-mōtan* [8, p. 84]. It is reasonable to compare the verb of the sixth ablaut class *agan* (to be afraid of) [8, p. 32]. Causative verbs have the vowel alternation, which is vocalisation *ō* and *a*: *ōgjan* (scare), *usagjan* (scare away) [8, p. 115].

The examples given in Table 1 lead to the conclusion that the preterite-present verbs are genetically related to the strong verbs. The preterite-present verbs are likely to have separated from the corpus of Germanic strong verbs preserving the relation with the strong verbs and simultaneously gaining specific, individual traits. The strong verb corpus is a big and substantial structure of the Gothic language; the preterite-present verbs create a small nucleus subgroup. It gives the opportunity to characterise this phenomenon as **desquamation** – the process of gradual and stage-step separation of the thin layer from the bigger, more substantial corpus. It emphasises the different volumes of the preterite-present verb subgroup and the corpus of strong verbs. If we take into consideration the fact that the preterite-present verbs have preserved some features of the strong verbs in the process of desquamation, it is reasonable to use quantitative description of corresponding features.

As the preterite-present verbs have preserved the features of the strong verbs belonging to the first, second, third, and sixth ablaut classes, and these features are connected with the preservation of the vowel gradation in two forms of the preterite-present verbs, it is reasonable to introduce the term **penetrance**, which means the level of the feature manifestation. It helps to calculate penetrance according to the vowel gradation (*ai* : *i*; *ua* : *u*; *a* : *u*; *ō* : *ō*). For the more precise description it is expedient to introduce the term **expressiveness**, which indicates the level of the feature lack. In its general meaning, it is in the opposition to the penetrance. If the penetrance of the mentioned preterite-present verbs is equal to 2, it means that they all have the double feature of relation to the

corresponding strong verbs. The expressiveness of the same preterite present verbs is equal to 0, as the features of relation are represented in the highest degree (penetrance = 2 and corresponds to expressiveness = 0). Apart from the main subgroup of the preterite-present verbs, there two verbs (*skulan*, *munan*) related to the strong verbs of the fourth ablaut class.

The recognative and individual feature of these two verbs is the vowel alternation *a* : *u* instead of the fourth ablaut class *a* : *ē*. In this case penetrance = expressiveness = 1. Using the quantitative description it is possible to introduce ligamentation which describes the number of relations between preterite-present and strong verbs. When penetrance is equal to 2, it means that there is a double relation (links) between strong and corresponding preterite-present verbs. This double relation (double links) is qualified as double ligament. The single ligament takes place where there is a comparison of the strong verbs belonging to the fourth ablaut class and corresponding preterite-present verbs. In this case of comparison, the penetrance is equal to 1. According to the number of ligaments, which were distinguished and shown in Table 1, ligamentation with two ligaments is recognised as bidentated. Ligamentation with one ligament is recognised as monodentated. The preterite-present verbs represented in Table 1 may be divided into two unequal quasi-groups. The biggest quasi-group grasps the preterite-present verbs having penetrance 2, expressiveness 0, double ligament, bidentated ligamentation. The smaller quasi-group is formed with the preterite-present verbs having penetrance and expressiveness 1, single ligament, monodentated ligamentation. The bidentated ligamentation may be qualified as homogeneous if both ligaments are identical. The homogeneous bidentated ligamentation occurs in the preterite-present verbs related with the strong verbs of the sixth ablaut class. All other bidentated ligamentations belong to the heterogeneous variant, when both ligaments are different. All five preterite-present verbs mentioned above demonstrate evident relation to strong verbs of certain ablaut classes. The Gothic language has three preterite-present verbs, which cannot be connected with any ablaut class. **Table 2** demonstrates the comparison of the preterite-present verb *magan* with the strong verbs of the fifth and seventh ablaut classes.

This verb is believed to belong to the fifth ablaut class. However, this is erroneous, as the fifth ablaut class is characterised with the vowel alternation in the root of the preterite: Germanic *a* : *ǣo* < Indo-European *o* : *ē*. The fifth ablaut class has some specification in the formation of the preterite, plural, and the past participle. The fifth ablaut class strong verbs have the vowel alternation pattern *giban* < **geban* – *gaf* – *gēbum* < **gǣobum* – *gibans*. The vowel alternation pattern Germanic *ǣo* > Gothic *ē* did not occur in the vowel gradation of the preterite present verbs [5, p.85]. The root structure (light root to noisy) and the vowel alternation in the form present tense, singular (preterite) *a* indicate the belonging of that verb to the fifth ablaut class, but *a* in the plural form and the vowel of past participle contradict this idea.

Table 2. Parametrical comparison of strong verbs of the fifth and seventh ablaut classes with the preterite-present verb *magan* in the Gothic language

Parameters of the fifth ablaut class strong verb			Parameters of the preterite-present verb			Parameters of the seventh ablaut class strong verbs		
Ablaut class	Verb forms	Examples of the verb forms	Reflected fragments of the ablaut class	Examples of the verb forms	Verb forms	Examples of the verb forms	Verb forms	Ablaut class
<i>i</i> (<i>ai</i>)	I form infinitive	<i>giban</i> (to give) <i>saihvan</i> (to look)		<i>magan</i> (may)	infinitive	<i>lētan</i> (to let) <i>saian</i> (to sow)	I form infinitive	<i>ē</i> (<i>ai</i>)
<i>a</i> Germanic <i>a</i> : <i>ǣo</i> < Indo-European <i>o</i> : <i>ē</i> Germanic <i>ǣo</i> > Gothic <i>ē</i>	II form I person, singular, indicative, past tense	<i>gaf</i> <i>sahv</i> →	<i>a</i> < Indo-European <i>*ǣ</i> < Indo-European <i>*ā</i>	<i>mag</i>	I person, singular, indicative, present tense	/ǣo/ <i>lai</i> – <i>lōt</i> <i>sai</i> – <i>sō</i>	II form I person, singular, indicative, past tense	<i>ō</i>

<i>ē</i>	III form I person, plural, indicative, past tense	<i>gēbum</i> <i>sēhvum</i>	<i>a</i>	<i>magum</i>	I person, plural, indicative, present tense	/əo/ <i>lai</i> – <i>lōtum</i> <i>sai</i> – <i>sōum</i>	III form I person, plural, indicative, past tense	<i>ō</i>
<i>i (ai)</i>	IV from past participle	<i>gibans</i> <i>saihvans</i>				/əo/ <i>lētans</i> <i>saians</i>	IV from past participle	<i>ē (ai)</i>

Maybe, some secondary changes took place, which ruined the primary vowel gradation *mag* – **mōgum* according to the sixth ablaut class. The verb *magan* might have been involved into the preterite-present subgroup. Consequently, during its long process of involvement the unification of vowel gradation took place [15, p. 107). The vowel *-a-* in *mag* is likely to correspond to Indo-European **ə* as a degree of duration and with the reduction degree; and this vowel may be connected with the seventh ablaut class.

The seventh ablaut class is characterised by the vowel alternation in heavy monosyllabic bases *ē/ō* with the degree of reduction (Germanic *a*), compare gradation **ləot-* : **lōt-* : **lat-*, in Gothic *letan* : *lailōt* : *lats*. This verb is believed to be out of the vowel gradation pattern which is the feature of the sixth ablaut class strong verbs. All the forms of that verb do not have vowel gradation. The vowel *-a-* takes place in all stem variants [13, p. 166]. The doubtful belonging of that verb to a definite ablaut class is demonstrated in Table 2. This verb is likely to have been created as a result of desquamation from the substantial corpus of strong verbs. It is problematic to apply the quantitative description to the verb *magan*. If the verb *magan* is compared with the fifth ablaut class, it is evident that its penetrance = expresiveness = 1. There is a singular ligament and monodentated ligamentation. On the other hand, if the relation is associated with the seventh ablaut class, the penetrance equals 20, expressiveness equals 0, there is a double ligament, ligamentation is bidentated and homogeneous. Such a parameter contradiction shows that the process of this preterite-present verb desquamation was very difficult and obscure, but the belonging of that preterite-present verb

to the seventh ablaut class seems to be rather possible. **Table 3** demonstrates the comparison of the preterite-present verb *agan* (*aihan*) with the strong verb of the first ablaut class and the reduplicative strong verb without the ablaut of the first class (it does not belong to the seventh ablaut class). It is reasonable to take into consideration that reduplicative verbs belonging to the class of strong verbs are divided into two quasi-groups. **A** quasi-group grasps the verbs belonging to the seventh ablaut class. **B** quasi-group contains the verbs without any vowel alternation [10, p. 33]. It is a verb belonging to **B** quasi-group that is compared with the preterite-present verb in Table 3. That verb gave the origin of the noun *aihts*, *aigin* (belonging, possession, property), and the weak *gaaiginōn* (appropriate) [10, p. 86]. According to the root diphthong *-ai-*, it would be possible to connect that verb with the first ablaut class, but the absence of vowel alternation which is the characteristic feature of the first ablaut class *ai : i* indicates that this preterite-present verb is connected with the reduplicative verbs without root vowel gradation.

Table 3. Parametrical comparison of the strong verb of the fifth ablaut class aigan

Parameters of the fifth ablaut class strong verb			Parameters of the preterite-present verb		Parameters of the reduplicative verb (which does not belong to the seventh ablaut class)			
Ablaut class	Verb forms	Examples of the verb forms	Reflected fragments of the ablaut class	Examples of the verb forms	Verb forms	Examples of the verb forms	Verb forms	Ablaut class
<i>ī</i>	I form infinitive	<i>leiþan</i> (to go)		<i>aigan</i> <i>aihan</i> (to have)	infinitive	<i>haitan</i> (to call (oneself))	I form infinitive	<i>ai</i>
<i>ai</i>	II form I person, singular, indicative, past tense	<i>laiþ</i>	<i>āi</i>	<i>aig</i> <i>aih</i>	I person, singular, indicative, present tense	<i>haihait</i>	II form I person, singular, indicative, past tense	<i>ai</i>

<i>i</i>	III form I person, plural, indicative, past tense	<i>liþum</i>	<i>ai</i>	<i>aigum</i> <i>aihum</i>	I person, plural, indicative, present tense	<i>haihaitum</i>	III form I person, plural, indicative, past tense	<i>ai</i>
<i>i</i>	IV from past participle	<i>liþans</i>				<i>haitans</i>	IV from past participle	<i>ai</i>

The belonging of *aigan* (*aihan*) to the first ablaut class looks very contradictory (the same situation takes place in *magan*). If this verb is compared with the first ablaut class, it is evident that it has the same penetrance and expressiveness, they equal 1. There is a singular ligament and monodentated ligamentation. If this verb is compared to a reduplicative strong verb without any ablaut, it is possible to see that penetrance equals 2, expressiveness equals 0. It is possible to come across such quantitative parameters as double ligament and bidentated homogeneous ligamentation. Such verb as *magan* demonstrates the vocalisation unification [8, p. 117]. The results of comparison demonstrated Table 3 show that the relation of *aigan* with the first ablaut class looks very doubtful; but very possible relation with the reduplicated strong verbs without any ablaut demonstrates no relation with any ablaut classes. From another point of view, quantitative parameters of *magan* and *aigan* are equal. It indicates the desquamation likelihood of these preterite-present verbs.

The fifth ablaut class includes two verbs. The fifth ablaut class includes two verbs. The first one was preserved only in the form of the third person, singular *ga-nah* (it is enough) and *benah* (to need), it is a non-finite form. The past participle *binauhts*. (I. Cor. 10, 23) [1, p. 158]. This verb is related to the noun *ga-nauiha* (sufficiency, prosperity), the verb *ga-nohjan* (be enough), the adverb *ga-nōh-s* (sufficiently) [14, p. 216]. This verb is used in the Gothic language as non-finite. According to consonant specification, this verb may be associated with the fifth ablaut class (the light base without a sonorant), but the vowel in the Gothic *binauhts* contradicts the formation of the zero degree in the roots of that type [14, p. 202]. It is known that *u* of the zero degree took place in the Germanic

languages in the roots with different structure: compare Gothic *slahan* (to beat) (VI ablaut class) – *slauhts* and structurally related to it *binauhts*. It is very possible that this verb belongs to the fifth ablaut class [14, p. 260]. Unfortunately, that verb was preserved only in separate forms, which do not give the opportunity to restore the whole verb paradigm. That is why the detailed analysis of that verb using the table of comparison is problematic. The analysis based on the restored forms seems obscure and incorrect.

Table 4 represents the comparison of the preterite present verb *wiljan* with two strong verbs of the first and fourth ablaut classes. In the present tense these verbs had the optative mood form with the athematic Indicator *-ī-*; the preterite was formed using the dental suffix like in the patterns of weak verbs. In the Gothic language the optative paradigm occurs regularly [3, p. 118]. In the meaning "I want" in the Gothic language there is the verb *wiljan* in the form of the optative mood of the strong verb, preterite. This verb forms the secondary weak preterite, and the verb may be associated with the preterite-present verb on the conventional basis. If the forms *wiljan*, *wileima* are compared, they look as if they belong to the first ablaut class, especially when the optative mood forms of the verb *witan* are compared. In fact, the Indo-European root did not have the forms **weil* (**wīl*) : **woil* : **wil*, but it was represented with forms **wel* : **wol* : **wl*. Compare Latin *velle* : *volo* : *vult*; Lithuanian *pa-vel-mi* (I permit). These examples indicate that the Germanic root **wil* was developed from the Indo-European **wel* (but not *wil*), and that root may be connected with the fourth ablaut class of the type *stilan* (to steal). The contradiction connected with the combination of the preterite-present root with the suffix and ending of preterite, optative (*wiljan*) is only external. The characteristic suffix of the optative, preterite Germanic *ī* < Indo-European *ī* (**jē*) at first was not restricted only to the system of the past tense. It was ordinary suffix of the athematic optative. It was in opposition to the thematic suffix Germanic *ai* < Indo-European **oi* [17, p. 98].

Table 4. Parametrical integrated comparison of the preterite-present verb *wiljan* with the strong verbs of the first and fourth ablaut classes and related preterite-present verbs related to the first ablaut class

Parameters of the first ablaut class strong verbs			Parameters of the preterite-present verbs related to the first ablaut class			Parameters of the preterite-present verbs			Parameters of the fourth ablaut class strong verbs		
Ablaut class	Verb forms	Examples of the verb forms	Reflected fragments of the ablaut class	Verb forms	Examples of the verb forms	Reflected fragments of the ablaut class	Verb forms	Examples of the verb forms	Examples of the verb forms	Verb forms	Ablaut class
<i>ī</i>	I form infinitive	<i>leiþan</i> (to go)		infinitive	<i>witan</i> (to know)		infinitive	<i>wiljan</i> (to want)	<i>stilan</i> (to steal)	I form infinitive	<i>I (ai)</i>
<i>ai</i>	II form I person, singular, indicative, past tense	<i>laiþ</i> → <i>ai</i>		I person, singular, indicative, present tense I person, singular, optative, present tense	<i>wait</i> <i>witjau</i> → <i>i</i>		I person, singular, indicative, present tense	<i>wiljau</i>	<i>stal</i> <i>*stalau</i>	II form I person, singular, indicative, present tense II form I person, singular, optative, present tense	<i>a</i>
<i>i</i>	III form I person, plural, indicative, past tense	<i>liþum</i>	<i>i</i>	I person, plural, indicative, present tense I person, plural, optative, present tense	<i>witum</i> → <i>i</i> <i>witeima</i>	European <i>*wel</i> Germanic <i>i</i> < Indo-European <i>e</i>	I person, plural, indicative, present tense	<i>wileima</i>	<i>stēlum</i> <i>*stēlaima</i>	III form I person, plural, indicative, present tense III form I person, plural, optative, present tense	<i>ē</i>
<i>i</i>	IV from past participle	<i>liþans</i>							<i>stulans</i>	IV from past participle	<i>u (aū)</i>

The optative form *wiljan* is analysed involving the comparison of verb forms in the indicative and the optative mood (Table 4). If *wiljan* is compared with verbs of the first ablaut class, the penetrance and expressiveness equal 1. There is a singular ligament, monodentated ligamentation. If *wiljan* is compared with the verb of the fourth ablaut class, the penetrance = 2, expressiveness = 0, there is double ligament, bidentated homogeneous ligamentation. The verb *wiljan* is likely to be on the borderline between preterite-present and athematic verbs [2, p. 189]. If the data of Tables 2, 3, 4 are compared, it is possible to notice some common tendencies. All these factors give us the ground to separate *magan*, *aigan* (*aihan*), *wiljan* into a formal separate subgroup. This subgroup creates the opposition to the verbs represented in Table 1. These three preterite-present verbs (*magan*, *aigan* (*aihan*), *wiljan*) belong to the subgroup, which cannot be associated with any ablaut class. The preterite-present verbs of that subgroup have identical parameters of penetrance, expressiveness, number of ligaments, the same character of ligamentation. In fact, these verbs are between different ablaut classes. The stronger relation takes place with that ablaut class where there is a bidentated ligamentation.

The intermediate between different ablaut classes location of these three preterite-present verbs demonstrates the difficulty of desquamation from the corpus of strong verbs. Maybe, these processes were multi stage-step, and the primary verbs may have changed their verbs belonging to a certain ablaut class, gaining the feature of one class and later gaining the feature of another class. Desquamation which caused the formation of the preterite-present verb group has quantitative description. These quantitative parameters may be used as markers of relative chronology reflecting the stages-steps of the preterite-present verb subcorpus formation. Phonetic transformations indicate that the formation of preterite forms in this subcorpus took place before the stress shift and the first consonant shift, but the preterite is a secondary formation for these verbs. At first, the difference was connected with the fact that the preterite-present verbs did not have in their paradigms the forms of

infinitive and past participle. Apparently, on the initial stage of the Germanic language unity the old verb paradigms were recognised as defective against the overall background. It caused its levelling according to the patterns of regular verbs [16, p. 49]. The verb *magan* is likely to be involved into that subgroup later, but the biggest part of the preterite-present verb subcorpus belongs to the oldest and the most archaic level of the Indo-European word forming system [16, p. 51]. The preterite-present verbs enumerated and analysed in Table 1 have the definite and distinctive relations to the certain ablaut classes; they all underwent the process of desquamation later. Within this subgroup verbs *skulan* and *munan* had been separated earlier. It is indicated by the quantitative parameters: there is only monodentated ligamentation, singular ligament, penetrance and expressiveness = 1. Other verbs preserved more features of relation with corresponding ablaut classes (bidentated ligamentation, double ligament, penetrance = 2, expressiveness = 0). The bidentated ligamentation indicates that some preterite-present verbs were far from the relative ablaut classes.

The monodentated ligamentation shows that the process of desquamation of these verbs happened relatively earlier and these verbs preserved fewer features of relation with corresponding ablaut class with one common feature: every verb has the relation only with one ablaut class. The preterite-present verbs grasped in Tables 2, 3, 4 very have very obscure root structure. The vowel alternations in the roots of these three preterite-present verbs don't permit to connect them with the definite ablaut class. The detailed research of these verbs demonstrates the possibility of them being related with two different ablaut classes simultaneously. These relations but may be different in details, very common in general. The specification of these relations is connected with the fact that these verbs have singular ligament, monodentated ligamentation with one ablaut class, on the one hand, and double ligament, one bidentated ligamentation with another ablaut class, on another. The preterite-present verb is likely to have been connected with one ablaut class and later it gained the relation features with another ablaut class in its long and

continuous process of desquamation. These relation features were created later, that is why they are described with the bidentated ligamentation. Two verbs *aigan*, *magan* had unified vocalisation. In fact, the vocalisation unification caused the levelling of the ablaut class. It proves that the desquamation took place for a long time.

The desquamation caused the levelling of the ablaut class and created the conditions for domination of the monophthong *a* or diphthong *ai*. From another point of view, these verbs have been involved into the system of preterite-present verbs later. The process of oscillation (tilting) is likely to be possible. It happened when the preterite-present verb simultaneously migrated between two ablaut classes and was under the process of desquamation. The long and multistage oscillation caused the gradual leveling of the ablaut class. It leads to the conclusion that *magan*, *aigan* had undergone the desquamation process (which was complicated with oscillation) earlier than the verbs mentioned in Tables 2, 3, 4.

All these facts should be compared with taking into consideration the process of *translocation*.

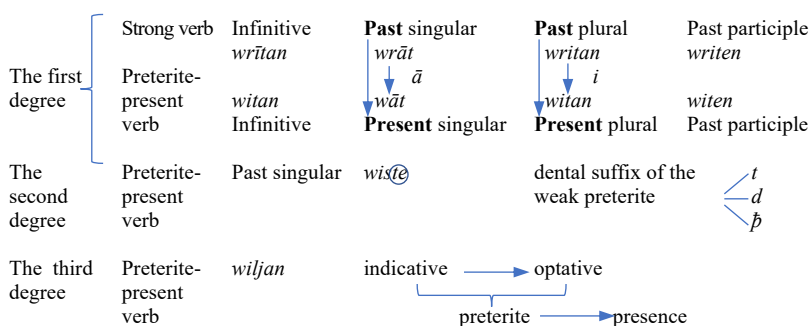


Fig. 1. Translocation degrees of the Gothic preterite-present verbs in the process of their desquamation

The process of translocation is understood as the combination of desquamation with the further movement of the object into a new environment. The translocation as a process consists of separate degrees. The first-degree translocation is recognized as a process of

desquamation when preterite-present verbs-to-be separate from the corpus of strong verbs with the further usage of preterite forms in the meaning of present (movement from the sphere of preterite to the sphere of presence). In a formal way this degree grasps all preterite-present verbs. The translocation of the second degree grasps the desquamation of the preterite – present verbs from the corpus of strong verbs with the following introduction of weak preterite new forms. All the-preterite present verbs are connected with the second degree. The third-degree translocation grasps only the verb *wiljan*. That is a very localised, restricted phenomenon which is connected with the fact that the present tense form of *wiljan* is formed as the preterite optative mood. There is a transmission from the indicative mood form to the optative form with further using its preterite form in the system of presence [17, p. 88]. The most common and general feature of the preterite-present verbs is their preservation of strong verb specification (Fig. 1).

Conclusion. Separation of general and common morphological features of the preterite-present verbs, their comparison with corresponding strong verbs outlined the supposition of forming the verbs in the Gothic language. These integrated processes of qualitative and quantitative characteristics helped to put forward the idea of perioding the formation of that verb subgroup. All these fixed and described from the quantitative and qualitative aspect features are connected with the Gothic language. It looks promising to research the formation of the preterite-present verbs in other Germanic languages, particularly, in the West-Germanic area, where the comparison of Old English, Old Frisian, Old Saxon looks encouraging in the aspect of stage-step development reconstruction of the preterite-present forms.

REFERENCES

1. Balg, G.H. (1891). *Biblia. N.T. The first Germanic Bible translated from the Greek by Gothic Bishop Ulfila*. Milwaukee, Baltimore: The Linguistic Society of America, 358 p. [in English].

2. Bremmer, R.H. (2009). *An Introduction to Old Frisian History, Grammar, Reader, Glossary*. Amsterdam, Philadelphia: Benjamins, 259 p. [in English].
3. Clackson, J. (2004). *Indo-European Linguistics: an Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press, 268 p. [in English].
4. Jasanoff, J. (2003). *Hittite and the Indo-European Verb*. Oxford: Oxford University Press, 305 p. [in English].
5. Jellinek M.H. & Hermann, P. (2013). *Geschichte der gotischen Sprache*. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 203 s. [in German].
6. Mailhammer, R. (2007). *The Germanic Strong Verbs: Foundations and Development of a New System*. Berlin: de Gruyter, 285 p. [in English].
7. Nevalainen, T. (2004). Three perspectives on grammaticalization: Lexico-grammar, corpora and historical sociolinguistics. *Corpus Approaches to Grammaticalization in English*. Amsterdam: John Benjamins, 4-31. [in English].
8. Plotkin, V. (2008). *The evolution of Germanic phonological systems: Proto-German, Gothic, West Germanic, and Scandinavian*. Lewiston, N.Y.: Edwin Mellen Press, 230 p. [in English].
9. Randall, W.D., & Jones, H. (2015). On the early origins of the Germanic preterite presents. *Transactions of the Philological Society*, 113, 137–176. <https://doi.org/10.1111/1467-968X.12045> [in English].
10. Rauch, I. (2003). *The Gothic language: grammar, genetic provenance and typology, readings*. New York: P. Lang, 129 p. [in English].
11. Ringe, D. (2006). *From Proto-Indo-European to Proto-Germanic (A Linguistic History of English. Volume I)*. Oxford: Oxford University Press, 7–92. [in English].
12. Stig, K.J. (2018). *The preterite-present: an investigation into the underlying origin process*. (Ph.D. diss., University of Aberdeen), 485 p. [in English].
13. Suarez-Gomez, C. (2006). *Relativization in Early English (950-1250)*. Bern: Peter Lang, 245 p. [in English].
14. Tanaka, T. (2011). *A Morphological Conflation Approach to the Historical Development of the Germanic Preterite Present Verbs: Old English Proto-Germanic, and Proto-Indo-European*. Fukuoka: Hana-Shoiu, 347 p. [in English].
15. Tomaszewska, M. (2019). *The evolution of surviving English preterite present verbs (*āgan, cunnan *duerran, *magan, *mōtan,*

**sculan): a corpus-based study*. (Ph.D. diss., Uniwersytet Warszawski), 256 p. [in English].

16. Wawrzyniak, A. (2011). The semantic analysis of OE *munan*. *Eger Journal of English Studies*, XI, 37–56. [in English].

17. Ziegeler, D. (2006). Omnitemporal will. *Language Sciences*, 28 (1), 76–119. <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2004.10.003> [in English].

Дата надходження до редакції – 01.09.2023

Дата затвердження редакцією – 26.09.2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

УДК 81:001.891: Росовецький С.: Перетц В.

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTR.2023.47.131-151>*Дядищева-Росовецька Ю. Б.*

ORCID: 0000-0003-4366-3587

**СТАНІСЛАВ РОСОВЕЦЬКИЙ:
МОВОВНАВЧИЙ АСПЕКТ НАУКОВОЇ СПАДЩИНИ
ВОЛОДИМИРА ПЕРЕТЦА**

***Анотація.** У статті проаналізовано мовознавчий аспект досліджень Володимира Перетца за спостереженнями Станіслава Росовецького. Акцентовано на його висновку про наявність солідного багажу глибоких досліджень української старовинної поезії, полемічної літератури, українського фольклору ще до прибуття В. Перетца до Києва. Підкреслюється актуальність обґрунтування цим енергійним організатором української науки у 1906 році в місцевій пресі важливості заснування в університеті кафедр україністики: мови, літератури, історії, етнографії та звичаєвого права. Розглянуто лінгвістичні спостереження С. Росовецького над розгорнутою рецензією В. Перетца на видання 1928 року дум Катериною Грушевською. Наголошується на уточненні там позицій П. Житецького і В. Перетца щодо проблеми походження дум. Висвітлено виділення В. Перетцем у П. Житецького в мові дум церковнослов'янських елементів, які не притаманні живій прозовій і пісенній мові. Також С. Росовецьким акцентовано на виокремленні академіком фальсифікатів серед наведеного корпусу автентичних текстів дум. Зосереджується увага на досвіді Станіслава Казимировича щодо вивчення підробок усно-поетичних текстів: диференціації ним "фейклору", "фольклоризмусу", "фолксінесу", та намаганнях осмислити певні мовні аспекти їх функціонування в Україні. Крім цього ним відмічено висновок академіка про неможливість отримати достовірні результати при застосуванні "точних" методів дослідження в результаті недостатньої за обсягом вибірки. Окреслюється роль В. Перетца у започаткуванні наукової моделі шевченкознавства, з одного боку у власних студіях, а з іншого – у підготовці в Семінарії плеяди майбутніх шевченкознавців. С. Росовецьким наголошено на увазі "зачинателя філологічного методу" саме до слова. Окремо науковцем підкреслюється важливість для філолога працювати з періоджерелами та запроваджувати до наукового обігу нові тексти. Акцентовано на можливостях, котрі відкрилися завдяки*

"слов'янському формалізму", винайденому В. Перетцем у 1905 році, як довів С. Росовецький. Окрему увагу приділено ґрунтовним спостереженням В. Перетця над "Словом о полку Ігоревім", наголошено на лінгвістичних аспектах студій науковця.

Ключові слова: Володимир Перетц, Станіслав Росовецький, мовознавство, лінгвофольклористика, лінгвошевченкознавство, лінгвостилістика, методологія.

Інформація про авторів: Дядищева-Росовецька Юлія Борисівна – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри стилістики та мовної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: dyadros@gmail.com

Juliya B. Dyadysheva-Rosovetska

ORCID: 0000-0003-4366-3587

STANISLAV ROSOVETSKY: VOLODYMYR PERETZ'S SCIENTIFIC HERITAGE LINGUISTIC ASPECT

Abstract. The article analyzes the linguistic aspect of Volodymyr Peretz's researches based on the observations of Stanislav Rosovetskyi. Emphasis is placed on his conclusion about the existence of a solid baggage of in-depth studies of ancient Ukrainian poetry, polemical literature, and Ukrainian folklore even before V. Peretz's arrival in Kyiv. The urgency of the justification by this energetic organizer of Ukrainian science in 1906 in the local press of the importance of establishing departments of Ukrainian studies at the university: language, literature, history, ethnography and customary law is emphasized. S. Rosovetskyi's linguistic observations on V. Peretz's detailed review of the 1928 edition of Kateryna Hrushevska's *Dumas* are considered. Emphasis is placed on clarifying the position of P. Zhitetskyi and V. Peretz regarding the problem of the origin of opinions. The selection of Church Slavonic elements that are not inherent in the living prose and song language by V. Peretz in P. Zhitetskyi's language of Dum is highlighted. Also, S. Rosovetsky emphasized the academician's identification of falsifications among the given corpus of authentic texts of opinions. Attention is focused on the experience of Stanislav Kazimirovych regarding the study of forgeries of oral poetic texts: their differentiation into "fakelore", "folklorism", "folksiness", and attempts to understand certain linguistic aspects of their functioning in Ukraine. In addition, he noted the conclusion of the academician about the impossibility of obtaining reliable results when applying "accurate" research methods as a result of insufficient sample size. The role of V. Peretz in starting the scientific model of Shevchenko studies is outlined, on the one hand in his own studios, and

.....

on the other hand, in the training of a galaxy of future Shevchenko scholars at the Seminary. S. Rosovetskiy emphasizes meaning of the "originator of the philological method" right down to the word. Separately, the scientist emphasized the importance for a philologist to work with primary sources and introduce new texts into scientific circulation. Emphasis is placed on the possibilities opened up thanks to the "Slavic formalism" invented by V. Perets in 1905, as proved by S. Rosovetskiy. Particular attention is paid to V. Perets's thorough observations on "The Tale of Igor's Campaign", the linguistic aspects of the scientist's studies are emphasized.

Keywords: Volodymyr Peretz, Stanislav Rosovsky, linguistics, linguistic folklore, linguistic Shevchenko studies, linguistic stylistics, methodology.

Information about author: Dyadyshcheva-Rosovetska Juliya Borysivna – PhD, associate professor, associate professor of the department of stylistics and language communication; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.

E-mail: dyadros@gmail.com

Науковий внесок В. Перетця в різних галузях філологічного знання заслуговує на якнайдетальніший розгляд. Спробуємо зосередитися на мовознавчому його аспекті. У цьому нам допоможе звернення до творчого доробку безпосереднього продовжувача започаткованих ним традицій, професора-енциклопедиста, давника, фольклориста, шевченкознавця, текстолога, компаративіста, який захоплювався стилістикою української мови, історичною лексикологією, застосовував "точні" методи дослідження літератури й фольклору, – Станіслава Росовецького. Він був останнім аспірантом Олександра Назаревського [27, 120], члена славнозвісного Семінарію Володимира Перетця – видатного вченого-славіста й великого українофіла, академіка двох академій (Всеукраїнської та Петербурзької). Не дивно, що його приваблювала постать цього патріота української науки й культури, і що до аналізу наукової спадщини "вчителя вчителів наших" [21, с. 5] він неодноразово звертався [див. 24, с. 28, № 144; с. 29, № 156; с. 34, № 191; с. 41, № 304 та ін.]. Останній завершений твір Станіслава Казимировича – науково-літературний життєпис "Володимир Перетц. Біографія інтелектуала", у якому він назвав цього блискучого інтелектуала зіркою "такого ж європейського рівня і

такої саме приблизно яскравості, як Іван Франко" [11, с. 11]. Володимир Перетц 1903-го розпочав свою наукову, організаційну й педагогічну діяльність у Київському університеті – 120 років тому. Кругла дата завжди була приводом осмислити творчий доробок ювіляра з сучасних позицій. Отже, не лише цікаво, а й корисно замислитися над його мовознавчим внеском, тим більше подивившись через призму оцінки його "наукового онука", як жартома називав себе С. Росовецький.

Передусім науковець наголошує, коли В. Перетца вибрали екстраординарним професором Київського університету, він прибув до Києва, вже маючи солідний багаж глибоких комплексних досліджень української старовинної поезії та полемічної літератури, а також українського фольклору й джерелознавства давнього українського красного письменства. На це ж указує В. Адріанова-Перетц у передмові та в додатку до видання його фактично четвертого випуску "Досліджень і матеріалів" 1962 року [див. також: 11, с. 79; і ще: 10, с. 470–471], де міститься, зокрема, низка цінних мовознавчих спостережень.

Крім цього С. Росовецький називає й ґрунтовні студії науковця над українськими народними думами, адже ще в 1893 році він надрукував в "Історичному віснику" рецензію (під псевдонімом) на славнозвісне видання Павла Житецького "Думки про народні малоросійські думи" [4; див. також: 20, с. 89]. І згодом увагу В. Перетца привертає ця самобутня сторінка нашої усної народної словесної творчості.

Особливо С. Росовецький наголошує, що, будучи енергійним організатором української науки [14, с. 51], В. Перетц у 1906 році в місцевій пресі ("Київські відгуки") обґрунтовує важливість заснування в університеті "українських кафедр": мови, літератури, історії, етнографії та звичаєвого права [11, с. 79] – нагальна необхідність, значення якої важко переоцінити.

Принципову роль, підкреслює С. Росовецький, відіграло обрання 1919 року В. Перетца [11, с. 212–213] дійсним членом Української академії наук: "Отримав Перетц і пояснення свого призначення на кафедру української мови. Він обирався як фахівець з історії української мови" [11, с. 212]. Неодмінний

секретар УАН А. Кримський висував до нього такі вимоги: "Спеціаліст для історії української мови в широкому літературно-філософському розумінні того слова повинен бути не лінгвістом, а філологом, що володіє почуттям духу літературної структури української мови. Для нього українська мова в своїй історії цікава не якимось своїм одним, частковим боком (фонетикою, морфологією, акцентологією – бо це справа кафедри історичної граматики). Навпаки, українська мова для нього в минулому цікава усім своїм суцільним, неподільним організмом, усією своєю думальною придатністю, самим фактом змагання до свого літературного виявлення (а не дрібними деталями того виявлення), своїм історично-літературним стилем, настроєм і т. п. Ясно, що спеціаліст для такої історії української мови неодмінно повинен бути істориком літератури, але не звичайним істориком літератури, бо викриває він і видає друком і вибирає темою для своїх історично-літературних студій якраз ті літературні давні пам'ятки, якими освітлюється історичне вживання української мови" [28, с. 193]. С. Росовецький пояснює: "Цим високим вимогам обраний відповідав безсумнівно. Але як цікаво поєднуються у сказаному Кримським наукові прозріння щодо глибинної сутності феномена історії української літературної мови з очевидним бажанням узгодити свою конструкцію з конкретикою наукових занять Перетца!" [11, с. 212–213].

На окрему увагу заслуговує розгляд С. Росовецьким розгорнутої рецензії Перетца [9] на видання 1928 року дум Катериною Грушевською [26], що містить цінні лінгвістичні спостереження. Ця рецензія, "яка і своїм обсягом набагато перебільшує звичайні наукові твори цього жанру <...> це скоріше своєрідний полемічний додаток до видання-дослідження дум" [11, с. 242], де, за спостереженням С. Росовецького, одинадцять сторінок із шістдесяти відведено публікації текстів дум, що не увійшли до публікації науковиці [11, с. 242; див. також: 13, с. 284]. В. Перетц схвально відзивається про працю К. Грушевської, зокрема про оприлюднення нею текстів тринадцяти дум, а разом – ста

дев'ятнадцяти: "Такої багатої збірки записів дум – у нашій науковій літературі ніколи ще не з'являлося" [11, с. 245].

Росовецький наголошує: "Але головним завданням рецензії Перетця стало уточнення позиції П. Житецького і своєї щодо проблеми походження дум" [11, с. 246]. І далі він продовжує, що В. Перетц указує на виділені П. Житецьким у мові дум елементи церковнослов'янські, які не притаманні живій українській мові – як прозовій, так і пісенній [11, с. 246].

Також він підкреслює, що академіком серед наведеного корпусу дум "чітко виокремлено фальсифікати й автентичні тексти" [11, с. 244]. Сам С. Росовецький звертався до вивчення підробок усно-поетичних текстів: згадаймо, наприклад, статтю, надруковану в часописі "Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика". Там він диференціює "фейклор", "фольклоризмус", "фолксінес", та намагається осмислити певні мовні аспекти їх функціонування в Україні [22, с. 133–142].

Разом із цим С. Росовецький, з його неодмінною науковою акрибією, з вимогливістю до достовірності результатів дослідження (див. розроблену ним методологію вичерпної лінгвостатистичної дескрипції пам'ятки староукраїнської літературної мови [12] та ін.), звертає увагу й на справедливую критику молодого науковиці, де В. Перетц "вказує на той випадок, коли "точні" методи не спроможні дати надійних результатів через недостатній обсяг вибірки" [11, с. 245].

Також увагу С. Росовецького привертає несхвалення Перетцем того, що К. Грушевська не подала до дум порівняльний коментар. Він коментує: "а я додав би, що, незважаючи на імпровізаційний характер стилю і форми дум, реконструкція думових праформ не є неможливою. Зрозуміло, це завдання важке, але з часом воно буде виконано" [11, с. 244].

На ще одному важливому аспекті наголошує С. Росовецький у статті, присвяченій академіку в "Шевченківській енциклопедії": "Перетц брав участь у фундації наукової моделі шевченкознавства – і власними студіями, й підготувавши в Семінарії майбутніх шевченкознавців О. Багрія, Л. Білецького, О. Дорошкевича, П. Филиповича, І. Огієнка, Ф. Сушицького" [11, с. 352]. Цей ряд

.....

треба продовжити такими іменами як Д. Ревуцький і А. Лобода. Останній брав участь у роботі Семінарію з самого початку, він "у 1920-х активно працював як шевченкознавець" [14, с. 51]. Серед відвідувачів Семінарію, як бачимо, названо І. Огієнка, майбутнього укладача "Граматично-стилістичного словника Шевченкової мови" [5], автора "Історії української літературної мови", що містить глибоку оцінку творчості Т. Шевченка – основоположника нової української літературної мови та ін. Зазначимо принагідно, що за часів В. Перетця ще не існувало поділу на літературознавче й мовознавче шевченкознавство, але здійснювалися глибокі комплексні дослідження.

Станіслав Казимирович наголошує: парадоксально, але в 20-ті роки ХХ століття, коли університет було розформовано й перетворено на Інститут народної освіти (ІНО), шевченкознавство переживає тут свій розквіт, адже "випускники й викладачі Київського університету, серед яких були учні В. Перетця, очолили наукове, академічне шевченкознавство, виробивши його модель, суттєво викривлену в радянській науці наступних десятиріч і багато в чому вірцеву й для наших часів" [23, с. 32]. Цьому є пояснення: "Своєрідність наукової школи Перетця полягала зокрема в тому, що його Семінарії давав студентам таку широку й універсальну гуманітарну підготовку, що вона дозволяла їм <...> успішно та висококваліфіковано працювати в різних галузях науки і культури" [11, с. 351–352]. І далі він продовжує: "Для України працювали давники С. Маслов, О. Назаревський, І. Огієнко, Ф. Сушицький, історик української літератури широкого профілю Л. Білецький, історик нової української літератури О. Дорошкевич, історик українського театру П. Рулін, історики зарубіжної літератури С. Савченко, М. Родзевич, О. Маслова (Шуляк), віршознавець Б. Якубський, лінгвісти Є. Тимченко, М. Калинович, М. Любинський, В. Розов, славіст Є. Рихлік, славіст і філософ Д. Чижевський, письменники П. Филипович, М. Драй-Хмара, О. Бургардт (Юрій Клен), В. Петров (В. Домонтович), М. Ваврисевич, архівісти М. Геппенер і Ф. Клименко, історик Б. Крупницький, педагоги-філологи О. Грузинський та

Б. Манджос, музикознавець Д. Ревуцький. Помітна відсутність "чистих" фольклористів, хоч С. Маслов, О. Назаревський, І. Огієнко, Ф. Сушицький, С. Савченко займалися фольклористикою як другим фахом" [11, с. 351–352].

В. Ляхоцький згадує про лінгвістичні праці, здійснені учнями В. Перетца, майже п'ять відсотків: у ювілейній статті, присвяченій 90-ій річниці від дня створення Семінарію, надрукованій у третьому числі "Бібліотечного вісника" за 1997 рік, зазначає, що з осені 1907-го по весну 1912 років членами Семінарію було "прочитано рефератів" (тобто підготовлено, виголошено та обговорено) 176, з яких десять було присвячено історії мови, ще десять – народній творчості. Частину з них було надруковано в різних часописах, зокрема в "Київських університетських відомостях".

С. Росовецький наголошує на важливому лінгвошевченкознавчому аспекті: "Під безпосереднім керівництвом Перетца написано статтю Т. Сушицького "«Дума» Шевченка і українські думи (До питання про стиль «Кобзаря»)" (1915) [14, с. 51; див. також: 24, с. 34, № 191], котрий із його учнів перший виступив у шевченкознавстві [11, с. 352–353]. І далі він продовжує, що думки, почуті від свого вчителя, "який на той час багато займався проблемами методології історії л-ри, вгадуються у твердженні Сушицького щодо вивчення *формальних особливостей* (курсив наш – Ю. Д.-Р.) «Думи»" [14, с. 51–52; див. також: 24, с. 34, № 191]. І передусім з боку стилю: "Шевченкова «Дума» має навіть, як побачимо, особисту вагу та велике значення щодо методологічних способів в справі чисто філологічної аналізи, якої так давно потребує багатьох захоплюючий, але досі зовсім мало науково досліджений «Кобзар»" [25, с. 83–84]. Також, на глибоке переконання С. Росовецького, ще до приїзду в Київ В. Перетц у 1902 році, став фундатором наукової інтерпретації ритміки Тараса Шевченка: "П[еретц] – автор піонерської розвідки "До історії малоросійського літературного вірша" <...>, в якій закладено підвалини сучасного українського віршознавства на основі аналізу віршової будови поезій Шевченка" [14, с. 52; див.

також: 24, с. 34, № 191]. Науковець указує на інші його шевченкознавчі праці, деякі з котрих, як-от виступи на ювілейних шевченківських зборах 1914 та 1929 років, не було надруковано [14, с. 52]. Крім того С. Росовецький наголошує, що "Перетц звертався до проблем творчості Шевченка у своїх спецкурсах" [11, с. 352].

Мовнику впадає в око увага В. Перетца – зачинателя філологічного методу, як справедливо назвав його С. Росовецький у відповідній статті Шевченківської енциклопедії, [14, с. 51] – саме до слова. Він указує на це в ґрунтовному дослідженні 2010 року "Пам'ятка історії літературознавства – чи університетський посібник на всі часи?" [див. 24, с. 34, № 191] – передмові до перевидання "Короткого нарису методології..." (1922) академіка двох академій. С. Росовецький акцентує, що В. Перетц, підсумовуючи здійснений ним огляд конкретних методів, заявляє, що всі вони, "крім філологічного, статистичного і порівняльно-історичного", на жаль залишають поза увагою "найістотніший бік творчості в слові – саме слово..." (с. 163). Він наголошує: науковець дає зрозуміти, що "пропонований ним "філологічний метод" є, по суті, підготовчим щодо феноменологічного вивчення пам'ятки або літературного процесу" [11, с. 192; див. також: 24, с. 34, № 191]. І далі він продовжує, що автор у спеціальному параграфі починає з демонстрації складності його внутрішньої структури: цей метод "вивчає факти, що виникли як результат творчості людини у слові, і полягає в ретельному й усебічному вивченні пам'яток літератури з боку їхньої мови, способу передачі, походження, часу і місця виникнення, способу проникнення ззовні до цього літературного середовища" [Там само. С. 14–15; див. також 11, с. 192]. При цьому він попереджає, що викладе "прийоми, вживані при філологічному вивченні пам'яток <...> літератури, головним чином, давньої", однак підкреслює, що "всі ці прийоми придатні й до вивчення явищ нової літератури" [Там само; див. також 11, с. 192–193].

Особливо виділяє С. Росовецький параграф "Джерела й знаходження їх", у якому В. Перетц наголошує на необхідності

"для філолога працювати з першоджерелами, «на чорному дворі науки»" [24, с. 34, № 191]. Сам Станіслав Казимирович протягом усього життя наполегливо реалізовував цю пораду. Він не раз говорив про давні тексти, що, хоча не можна виключити випадкової щасливої знахідки, все-таки списки вираховуються, як зірки (див., наприклад, його блискучу розвідку 1988 року "Слідами Мусін-Пушкінського збірника із «Словом о полку Ігоревім»" [19, пор., наприклад, із 11, с. 221]. Станіслав Казимирович зазначав: "За усними спогадами Назаревського, Перетц не раз казав учням: «Наш час – не час нових теорій. Наше завдання – збирати факти, на дослідженні яких можуть бути надалі побудовані нові теорії»" [11, с. 355]. У В. Адріанової-Перетц у передмові до "Досліджень та матеріалів з історії старовинної української літератури XVI–XVIII ст." 1962 року знаходимо пояснення застереження В. Перетца, що для історичних узагальнень у цій царині ще не настав час, оскільки *ще не виявлено самий матеріал дослідження, а той, який знайдено, поки філологічно не оброблено* (курсив наш – Ю. Д.-Р.). Звідси, на його погляд, і певна неповнота уявлень про масштаб староукраїнського літературного руху XVI–XVIII ст., про характер пам'яток, їх зміст тощо.

Сам Володимир Миколайович наполегливо працював у цій царині, запроваджуючи до наукового обігу нові тексти. Також він складав каталог рукописів українського походження, обстежував рукописні зібрання, перевіряючи характеристики мови й почерку. В. Перетц вивчав староукраїнські вірші в записах XVI–XVIII ст. у взаємозв'язках із народними піснями (ще в 1900 році, як свідчить В. Адріанова-Перетц, він намагався накреслити схему побудови історії української літератури: маються на увазі його "Нариси з історії малоруської літератури, I–XI", надруковані в газеті "Північний кур'єр" (№№ 375, 382, 389)), його увагу привертають поезії Ф. Прокоповича, Кл. Зиновіїва, Гр. Лютенського, С. Климовського та ін. (див. "Очерки старинной малорусской поэзии", 1903). У 1912 році він здійснює зразкове видання збірника віршів Климентія Зиновіїва з ґрунтовною передмовою в серії "Пам'ятки української мови і

літератури" (під егідою археографічної комісії Наукового товариства імені Шевченка).

С. Росовецький протягом усього життя намагався втілювати пораду В. Перетца шукати нові тексти, ґрунтовно опрацьовувати їх та вводити до наукового обігу: аж з часу знайдення в 1978 році в архіві повісті XVII століття, її дослідження та публікації. У 1990-ті роки йому потрапили в руки й були ним видані фольклорні записи земляка Тараса Шевченка – у майбутньому першого директора Інституту мовознавства нашої Академії наук Григорія Ткаченка, зроблені ним 1920 року в Кирилівці [3]. Вони становлять неабияку цінність, тому що можуть бути використані не лише для лінгвофольклористичних, а й для діахронічних лінгвошевченкознавчих досліджень із залученням матеріалів А. Кримського 1880–1920 рр., зібраних тим на Звенигородщині [7].

Не можна переоцінити важливість для філології взагалі та зокрема для лінгвістики можливостей, що відкрилися завдяки "слов'янському формалізму", винайденому В. Перетцем у 1905 році, – як це довів С. Росовецький [15, с. 10–12; 21, с. 152–159; також див.: 18]. Втілення науковцем цих версій формалізму й структуралізму В. Перетца знаходимо в численних, зокрема й мовознавчих, працях. Наприклад, привертає увагу розроблена ним методологія всебічної лінгвостатистичної дескрипції пам'ятки староукраїнської літературної мови XVII століття – "Скарбниці потрібної" Іоанікія Галятівського [12].

Не можна не згадати ґрунтовні спостереження В. Перетца над "Словом о полку Ігоревім", здійснені ним у низці статей та в монографії "Слово о полку Ігоревім: пам'ятка феодальної України-Руси XII віку: вступ, текст, коментар" [8]: на глибоке переконання С. Росовецького, славнозвісне дослідження-видання ним цієї пам'ятки у 1926 році стало "найважливішим і найбільш фундаментальним друком ученого в Україні" [11, с. 215]. Аналізу його внеску Станіслав Казимирович присвятив розділ науково-літературного життєпису "Володимир Перетц. Біографія інтелектуала" [11, с. 207–231].

Науковець наводить такі твердження В. Перетца: "Що ж до підготовленого до перевидання тексту, то я його думав би видати у двох транскрипціях – XII ст. і кінця XV і з розлогим коментарем до окремих місць (головним чином не міркування, яких так багато, а паралельні місця, цікаві зі словарного або стилістичного погляду)" [11, с. 215], він підкреслює: як матеріал до історії художнього мовлення.

Окремо С. Росовецький виділяє план академіка подати словник "з паралельними місцями з тих самих пам'яток та інших", і тут "лише довідки про значення слів з паралелями". Також мали окремо подаватися вибрані кон'єктури, "окрім внесених до тексту" [11, с. 216].

С. Росовецький зазначає, що "зроблене в галузі стилістичного аналізу сам дослідник оцінював достатньо високо". В. Перетц пише: "Нарешті, я мав за потрібне чимало поширити – порівнюючи з попередньою літературою про "Слово", – коло стилістичних паралелей. Адже геть аж до останнього часу стиль "Слова" тільки почасти приваблював увагу вчених. Тим часом саме вивчаючи стилістику "Слова", та як воно до тодішнього та наступного письменства відноситься, можна зрозуміти цей витвір усної творчості давньої України-Русі й оцінити його стосунок до "народної" поезії" [8 – цитую за: 11, с. 219]. Лев Дмитрієв (опонент С. Росовецького на захисті кандидатської дисертації) у ґрунтовній статті "Енциклопедії «Слова о полку Ігоревім»" (1995), присвяченій "Словознавчому" доробку академіка, акцентує увагу на зіставленнях В. Перетцем лексики й фразеології "Слова" з біблійними текстами, на стилістичних і лексичних паралелях.

Також С. Росовецький зазначив: Г. Ільїнський (автор рецензії 1929 року) звернув увагу, що В. Перетцем було висвітлено докладним коментарем майже кожне слово тексту, і що в результаті вчений подарував науці давно очікувану енциклопедію "Слова о полку Ігоревім", котра ніби підсумовує дослідження про неї [11, с. 229].

Окремо С. Росовецький наголошує: "Великий за обсягом § 10 "«Слово» й народна словесність" є найбагатшою на нові ідеї та

.....

заразом найбільш дискусійною частиною книги" [11, с. 222], і наводить переконливу цитату, з якої слідує, як окреслив силу своєї праці сам В. Перетц: "Моє головне побажання було – висунути на перший план потребу стилістичного вивчення "Слова" в зв'язку з фактами давнього письменства та народної словесності" [11, с. 230].

Також, безумовно, привертає увагу запропонована В. Перетцем реконструкція тексту "Слова" [див. 8, с. 93–130]. С. Росовецький звертає увагу, як дослідник у листі до О. Шахматова радиться щодо оптимальної подачі орфографії пам'ятки та її графічного оформлення [11, с. 215] тощо.

Не можна не згадати, що реконструкцію "Слова" здійснив і С. Росовецький в останньому своєму прижиттєвому виданні, котре вийшло наприкінці 2021 року, за три місяці до його смерті: "'Слово о полку Ігоревім" у взаємозв'язках із фольклором" [20]. Кожне слово там, кожний зворот, так само як і при реконструкції ним раніше билин [2], було предметом окремого лексикологічного дослідження, кропіткої роботи вченого-енциклопедиста. Пригадується інскрипт О. Назаревського, яким він напутив свого студента, юного п'ятикурсника С. Росовецького у 1968-му (у рік його першої наукової публікації, написаної під керівництвом Олександра Адріановича [див. 24, с. 10, № 1], про "Повість про Петра і Февронію", за дослідження якої він був роком раніше нагороджений срібною всесоюзною медаллю "За найкращу студентську роботу") на новій монографії В. Адріанової-Перетц, присвяченій вивченню "Слова о полку Ігоревім" і пам'яток XI–XIII ст. (1968): "Станіславу Росовецькому з побажанням – не зраджувати "Слову о полку Ігоревім". 23.XI.68", – і підпис. Станіслав Казимирович не зрадив, він звертався до вивчення пам'ятки в різних аспектах протягом усього життя [див.: 24, с. 11, № 6; с. 13, № 14, № 16, № 17; с. 14, № 24; с. 16–17, № 43; с. 20, № 76; с. 23, № 99; с. 24, № 106; с. 26, № 128; с. 27, № 136; с. 28, № 143; с. 29, № 152, № 153; с. 32, № 179; с. 33–34, № 186; с. 38, № 240; с. 42, № 319, № 336 та ін.]. Не можна тут не згадати, що сам О. Назаревський, так само як і його талановитий студент, ще

навчаючись в університеті [6], і будучи учнем В. Перетца, пише в 1909 році (в 1911-му – друкує) детальне дослідження, присвячене мові Євангелія 1581 року в перекладі В. Негалевського, відзначене університетською золотою медаллю, яке й досі згадується серед найкращих лінгвостилістичних розвідок [1, с. 207, 161–162].

На завершення треба наголосити, що С. Росовецький у своєму науково-літературному життєписі "Володимир Перетц. Біографія інтелектуала" ставить запитання: "що (В. Перетц – *Ю. Д.-Р*) зробив для України і що Україна не зробила для нього" [11, с. 2], для великого патріота української науки й культури, академіка, який був репресований за "захист залишків колишньої академічної автономії та самостійності" [11, с. 325] обох Академій наук, членом яких він був, за протидію їх партизації [11, с. 325, 308; див. також: 24, с. 34. № 191]. С. Росовецький писав, що настав час відновити справедливість щодо В. Перетца. Науковець підкреслював: "що по-справжньому увічнило б пам'ять про академіка двох академій в Україні, так це наукове перевидання його українознавчого доробку <...> з повним науковим апаратом" [11, с. 358; див. також: 24, с. 34, № 191]. Зразок цього Станіслав Казимирович подав у вичерпних фахових коментарях та примітках до II–VI тт. (2–9 кн.) видання "Історія української літератури" М. Грушевського 1993–1996 рр. [16, с. 223–262; 17, с. 251–267 та ін.], які містять цінні спостереження не лише з літературознавства, а й з історії української мови, лінгвістичної методології, історичної лінгвостилістики та ін.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бевзенко С. П. Історія українського мовознавства. Історія вивчення української мови: навч. посібник. Київ: Вища школа, 1991. 230 с. [Електр. ресурс]. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0000839> (дата звернення: 26.12.2023).
2. Билини давньокиївські: Реконструкції-переклади фольклориста С. Росовецького / під редакцією поета О. Хмельовського. Київ: SELENA, 2016. 170 с. [Електр. ресурс]. URL: <https://rosovetskyi.com/bylyny/> (дата звернення: 30.12.2023).

3. Веснянки, колисанки та загадки, записані 1920 року у селі Кирилівці Григорієм Ткаченком / Підгот. до друку С.К. Росовецького, Ю.Б. Дядищевої-Росовецької, К. Ткаченко. Київ: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2007. 135 с.

4. Житецкий П.И. Мысли о народных малороссийских думках. Киев: Изд[ание] ред[акции] жур[нала] "Киевская старина", 1892.

5. Ларіон (Огієнко І.; митрополит). Граматично-стилістичний словник Шевченкової мови = Grammatical and stylistic lexicon of Shevchenko's poetry; Ін-т дослідів Волині. Вінніпег: Накладом Т-ва "Волинь", 1961. 256 с.

6. Конта Р.М. Назаревський Олександр Адріанович. *Енциклопедія Сучасної України* / Редкол.: І.М. Дзюба, А.І. Жуковський, М.Г. Желязак [та ін.]; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2020.

7. Кримський А.Ю. Звенигородщина. Шевченкова батьківщина з погляду етнографічного та діалектологічного / Аг. Кримський. Відтвор. з авт. макету: Аг. Кримський. Звиногородщина. Шевченкова батьківщина. З погляду етнографічного та діалектичного. З географічною мапою та малюнками. Київ, 1930. Черкаси: Вертикаль, 2009. XVI, 434 с.

8. Перетц, В. Слово о полку Ігоревім: пам'ятка феодальної України-Руси XII віку: вступ, текст, коментар. У Києві: 3 друк. Української Академії Наук, 1926. 351 с. [Електр. ресурс]. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Peretts_Volodymyr/Slovo_o_polku_Ihorevim_pamiatka_feodalnoi_Ukrainy-Rusy_XII_viku_Vstup_tekst_komentar.pdf (дата звернення: 26.12.2023).

9. Перетц В. Українські думи в новому виданні К. М. Грушевської. *Етнографічний вісник*. 1928. Кн. 7. С. 73–132 (Окр. віддрук. С. 1–60). [Електр. ресурс]. URL: https://rosovetskyi.com/peretc_recenzia-na-dumy/ (дата звернення: 31.12.2023).

10. Регушевський Є.С. Перетц Володимир Миколайович. *Українська мова. Енциклопедія* / НАН України, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні, Ін-т укр. мови; редкол.: В.М. Русанівський [та ін.]. Вид. 2-ге, випр. і допов. Київ: Вид-во "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2004. С. 470–471. [Електр. ресурс]. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0001051> (дата звернення: 15.11.2023).

11. Росовецький С. Володимир Перетц: Біографія інтелектуала / наук. ред. А. Пучков. Київ: Дух і Літера, 2023. 376 с., з іл. (Серія "Постаті культури").

12. Росовецький, С. К. До методології "повної" лінгвостатистичної дескрипції пам'ятки української літературної мови XVII ст.: Проект дослідження "Скарбниці потрібної" Іоанікія Галатовського. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2008. Вип. 16. С. 3-8.

13. Росовецький С. Епічна своєрідність українських народних дум. *Studia Litterarum*. 2018. Т. 3 № 1. С. 282–301.

14. Росовецький С. Перетц Володимир Миколайович. *Шевченківська енциклопедія: в 6 т. Т. 5: Пе–С / НАН України, Ін-т л-ри ім. Т. Г. Шевченка; редкол.: М.Г. Жулинський (гол.) [та ін.]*. Київ, 2015. С. 51–52. [Електр. ресурс]. URL: <http://www.ilnan.gov.ua/index.php/uk/pro-institut/shevchenko/item/252-shevchenkivska-entsyklopediia-v-6-tomakh-tom-5> (дата звернення: 16.07.2023).

15. Росовецький С. К. В. М. Перетц – фундатор "слов'янського формалізму". *Філологічні семінари*. Художня форма. Присвячується 100-літтю філологічного семінару та його засновнику – професору Перетцу В.М. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2005. Вип. 8. С. 10-12.

16. Росовецький, С. К. Примітки. *Грушевський М. Історія української літератури: В 6 т. 9 кн. / Упоряд. В.В. Яременко*. Київ: Либідь, 1993. Т. 2. С. 223-262. [Електр. ресурс]. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0005118> (дата звернення: 26.12.2023).

17. Росовецький, С. К. Примітки. *Грушевський М. Історія української літератури: В 6 т. 9 кн. Т. 6. Кн. 2 / Упоряд. С. К. Росовецький*. Київ: Либідь, 1996. С. 251–267. [Електр. ресурс]. URL: https://rosovetskyi.com/rosovetskyi_prymitky-do-iul_grushevskogo_6_2/ (дата звернення: 31.12.2023).

18. Росовецький С. Про академіка В. М. Перетца (1870–1935). *Асоціація європейських журналістів*, 4 грудня 2012. [Електр. ресурс]. URL: <http://aej.org.ua/history/1440.html> (дата звернення: 22.07.2023).

19. Росовецький, С. Слідами Мусін-Пушкінського збірника із "Словом о полку Ігоревім". *Писемність Київської Русі і становлення української літератури*. Зб. наук. праць. Київ: Наукова думка, 1988. С. 69–86. [Електр. ресурс]. URL: https://rosovetskyi.com/slidamy_musin-pushkinskogo_spysku_slova-o-polku-igorevim/ (дата звернення: 22.07.2023).

20. Росовецький С. "Слово о полку Ігоревім" у взаємозв'язках із фольклором. Київ: ФОП Саломатін Сергій Миколайович, 2021. 404 с. [Електр. ресурс]. URL: https://rosovetskyi.com/slovo_o_polku_igorevim_u_vzajemovzvjazkah_iz_folklorom_rosovetskyi_s_k/ (дата звернення: 30.12.2023).

21. Росовецький С. Український фольклор у теоретичному висвітленні. Підручник. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2008. 623 с. [Електр. ресурс]. URL: <https://rosovetskyi.com/ukr-folklor-u-teorivusv/> (дата звернення: 26.12.2023).

22. Росовецький С.К. "Фейклор", "фольклоризмус", "фолксінес" та деякі мовні аспекти їх функціонування в Україні. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2002. Вип. 5. С. 133-142.

23. Росовецький С.К. Шевченкознавство у Київському університеті (1861–1930). *Шевченкознавство у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (1860–2003): колективна монографія / Л. М. Задорожна, Г. Ф. Семенюк, С. К. Росовецький та ін.* Київ: ВПЦ "Київський університет", 2004. С. 6-39.

24. Станіслав Казимирович Росовецький. Бібліографічний покажчик наукових, науково-популярних і літературних публікацій за 1968–2018 роки / Укл. Ю.Б. Дядищева-Росовецька. Автор вступних нотаток С.К. Росовецький. Київ: ФОП Росовецький-Гіндич А.С., 2018. 51 с. [Електр. ресурс]: <https://rosovetskyi.com/bibliographia/> (дата звернення: 17.12.2023).

25. Сушицький Т. "Дума" Шевченка і українські думи (До питання про стиль "Кобзаря"). *Збірник пам'яті Тараса Шевченка (1814–1914)*. Київ, 1915. С. 83–84.

26. Українські народні думи / тексти і вступ К. Грушевської. Харків: Державне вид-во України, 1927. Т. 1 корпусу. CCCXX, 176 с. [Електр. ресурс]. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/ukr0000014981> (дата звернення: 26.12.2023).

27. Харчук Р. Колись хтось обов'язково напише: я є учнем Володимира Перетца, Олександра Назаревського і Станіслава Росовецького. *Слово і Час*. 2022. № 3. С. 120-123.

28. Шаповал А.І. Володимир Миколайович Перетц як вчений-українознавець, дослідник рукописної та книжкової спадщини у світлі епістолярних джерел. Київ: НАН України, 2020.

REFERENCES

1. Bevzenko, S.P. (1991). *History of Ukrainian linguistics. History of studying the Ukrainian language* [Istoriia ukrainskoho movoznavstva. Istoriia vyvchennia ukrainskoi movy: navch. Posibnyk]. Kyiv: Vyshcha shkola, 230 s. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0000839> (last access: 26.12.2023) [in Ukrainian].

2. *Ancient Kyiv byliny. Reconstructions-translations of folklorist S. Rosovetsky* (2016) [Byliny davnokyyivski: Rekonstrukciyi-pereklady

folklorysta S. Rosoveczkogo / pid redakciyeyu poeta O. Khmelovskogo]. Kyiv: SELENA: FOP Rosovetskyi-Gindich O. S., 170 s. URL: <https://rosovetskyi.com/bylyn/> (last access: 30.12.2023) [in Ukrainian].

3. *Spring songs, lullabies and riddles, recorded in 1920 in the village of Kyrylivka by Hryhoriy Tkachenko* (2007) [Vesnyanky, kolysanky ta zagadky, zapysani 1920 roku u seli Kyrylivci Grygoriyem Tkachenkom] / S. K. Rosovetskyi, Yu. B. Dyadyshheva-Rosovetska, K. Tkachenko. Kyiv: VPC "Kyivskiy universytet", 135 s. [in Ukrainian].

4. Zhytetskyi, P.Y. (1892). *Opinions about the Ukrainian Dumas* [Mysly o narodnykh malorossyiskyykh dumakh]. Kyev: Yzd[anye] red[aktsyy] zhur[nala] "Kyevskaia staryna" [in Russian].

5. Ilarion, (Ohiienko, I.; mytropolyt) (1961). *Grammatical and stylistic lexicon of Shevchenko's poetry* [Hramatychno-stylistychnyi slovnyk Shevchenkovoï movy] = Grammatical and stylistic lexicon of Shevchenko's poetry; In-t doslidiv Volyni. Vinnipeh: Nakladom T-va "Volyn", 256 s. [in Ukrainian].

6. Konta, R.M. (2020). *Nazarevsky Oleksandr Adrianovych* [Nazarevskyi Oleksandr Adrianovych]. *Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy / Redkol.: I.M. Dziuba, A.I. Zhukovskiy, M.H. Zhelezniak [ta in.]; NAN Ukrainy, NTSh*. Kyiv: Instytut entsyklopedychnykh doslidzhen NAN Ukrainy [in Ukrainian].

7. Krymskyi, A.Yu. (2009). *Zvenigorodshchyna. Shevchenko's homeland from an ethnographic and dialectological point of view* [Zvenyhorodshchyna. Shevchenkova batkivshchyna z pohliadu etnografichnoho ta dialektolohichnoho] / Ah. Krymskyi. Vidtvor. z avt. maketu: Ah. Krymskyi. Zvynohorodshchyna. Shevchenkova batkivshchyna. Z pohliadu etnografichnoho ta diialektychnoho. Z heohrafichnoiu mapoiu ta maliunkamy. Kyiv, 1930. Cherkasy: Vertykal. XVI, 434 s. [in Ukrainian].

8. Peretz, V. (1926). *"The Tale of Igor's Campaign": a monument of feudal Ukraine-Rus of the 12th century: introduction, text, commentary* [Slovo o polku Ihorevim: pamiatka feodalnoi Ukrainy-Rusy XII viku: vstup, tekst, komentar]. U Kyivi: Z druk. Ukrainskoi Akademii Nauk, 351 s. URL: https://shron1.chtyvoF.org.ua/Peretts_Volodymyr/Slovo_o_polku_Ihorevim_pamiatka_feodalnoi_Ukrainy-Rusy_XII_viku_Vstup_tekst_komentar.pdf? (last access : 26.12.2023) [in Ukrainian].

9. Peretz, V. (1928). *Ukrainian Dumas in the new edition by K.M. Hrushevskia*. [Ukrainski dumy v novomu vydanni K. M. Hrushevskoi]. *Etnografichnyi visnyk*. Kn. 7. S. 73–132 (Okr. viddruk. S. 1–60). URL : https://rosovetskyi.com/peretc_recenzia-na-dumy/ (last access : 31.12.2023) [in Ukrainian].

10. Rehushevskiy, Ye.S. (2004). *Peretz Volodymyr Mykolayovych* [Peretts Volodymyr Mykolaiovych]. *Ukrainska mova. Entsyklopediia / NAN Ukrainy, In-t movoznav. im. O.O. Potebni, In-t ukr. movy; redkol.: V. M. Rusanivskiy [ta in.]. Vyd. 2-he, vypr. i dopov.* Kyiv: Vyd-vo "Ukrainska entsyklopediia" im. M. P. Bazhana, 470–471. URL : <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0001051> (last access: 15.11.2023) [in Ukrainian].
11. Rosovetskyi, S.K. (2023). *Volodimir Peretz. Biography of an intellectual* [Volodymyr Peretz. Biografiya intelektual / nauk. red. A. Puchkov]. Kyiv: Dux i Litera. 376 s. (Seria "Postati kultury") [in Ukrainian].
12. Rosovetskyi, S. K. (2008). *To the methodology of "complete" linguistic and statistical description of the monument of Ukrainian literary language of the XVII century: Ioaniki Galyatovsky's "Treasury of Needs" research project* [Do metodologiyi "povnoyi" lingvostatystychnoyi deskrypciyi pam'yatky ukraiyinskoyi literaturnoyi movy XVII st.: Proekt doslidzhennya "Skarbnyci potrebnoyi" Ioanykiya Galyatovskogo]. *Current issues of Ukrainian linguistics: theory and practice*, 16, 3–8 [in Ukrainian].
13. Rosovetsky, S.K. (2018). *Epic specificity of ukrainian folk dumas* [Epichna svoeridnist ukraiyinskykh narodnykh dum]. *Studia Litterarum*, 3 (1), 282–301. <https://doi.org/10.22455/2500-4247-2018-3-1-282-301> (last access: 22.07.2023) [in Russian].
14. Rosovetskyi, S.K. (2015). *Peretz Volodymyr Mykolajovych* [Peretz Volodymyr Mykolajovych]. *Shevchenkivska encyklopediya: v 6 t. / Redkol. : M. G. Zhulynskiy (gol.) [ta in.]. T. 5.* Kyiv: NAN Ukrayiny, 51–52 [in Ukrainian].
15. Rosovetskyi, S.K. (2005). *V. M. Peretz – the founder of "Slavic formalism"* [V. M. Peretz – fundator "slov'yanskogo formalizmu"]. *Philological seminars. Art form. Prysvyachuyetsya 100-littyu filologichnogo seminaru ta jogo zasnovnyku – profesoru Peretczu V.M.* Kyiv: VPC "Kyivskiy universytet", № 8, 10–12 [in Ukrainian].
16. Rosovetskyi, S.K. (1993). *Notes* [Prymitky]. *Hrushevskiy M. Istoriiia ukrainskoi literatury: V 6 t. 9 kn. / Uporiad. V. V. Yaremenko.* Kyiv: Lybid. T. 2, 223–262. URL : <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0005118> (last access: 26.12.2023) [in Ukrainian].
17. Rosovetskyi, S. K. (1996). *Notes* [Prymitky]. *Hrushevskiy M. Istoriiia ukrainskoi literatury: V 6 t. 9 kn. T. 6. Kn. 2 / Uporiad. S. K. Rosovetskyi.* Kyiv: Lybid, 251–267. URL: https://rosovetskyi.com/rosovetskyi_prymitky-do-iul_grushevskogo_6_2/ (last access: 31.12.2023) [in Ukrainian].

18. Rosovetskyi, S. (2012). *About academician V. M. Peretz* [Pro akademika V. M. Peretza (1870–1935)]. *Asotsiatsiia yevropeyskykh zhurnalistiv*, 4 hrudnia. URL: <http://aej.org.ua/history/1440.html> (last access: 22.07.2023) [in Ukrainian].

19. Rosovetskyi, S. (1988). *In the footsteps of the Musin-Pushkin's collection with "The Tale of Igor's Campaign"* [Slidamy Musin-Pushkinskoho zbirnyka iz "Slovom o polku Ihorevim"]. *Pysemnist Kyivskoi Rusi i stanovlennia ukrainskoi literatury*. Zb. nauk. prats. Kyiv: Naukova dumka, 69–86. URL : https://rosovetskyi.com/slidamy_musin-pushkinskogo_spysku_slova-o-polku-igorevim/ (last access : 22.07.2023) [in Ukrainian].

20. Rosovetskyi, S. (2021). *"A word about the regiment of Igor" in the relationship with folklore* ["Slovo o polku Igorevim" u vzayemozv'yazkax iz folklorom]. Kyiv: FOP Salomatin Sergij Mykolajovych, 404 s. URL : <https://rosovetskyi.com/?p=49> (last access: 30.12.2023) [in Ukrainian].

21. Rosovetskyi, S.K. (2008). *Ukrainian folklore in theoretical light*. [Ukrayinskij folklor u teoretychnomu vysvitleni]. Kyiv: VPC "Kyyivskiy universytet", 623 s. URL : <https://rosovetskyi.com/ukr-folklor-u-teor-vusv/> (last access : 26.12.2023) [in Ukrainian].

22. Rosovetskyi, S.K. (2002). *"Fakelor", "folklorism", "folksines" and some linguistic aspects of their functioning in Ukraine* ["Fejklor", "folkloryzmus", "folksines" ta deyaki movni aspekty yix funkcionuvannya v Ukrayini]. *Current issues of Ukrainian linguistics: theory and practice*, 5, 133–142 [in Ukrainian].

23. Rosovetskyi, S.K. (2004). *Shevchenko Studies at the Taras Shevchenko National University of Kyiv (1861–1930)* [Shevchenkoznavstvo u Kyyivskomu nacionalnomu universyteti imeni Tarasa Shevchenka (1861–1930)]. *Shevchenko Studies at the Taras Shevchenko National University of Kyiv (1860–2003): kolektyvna monografiya / Zadorozhna L.M., Semenyuk G.F., Vilna Ya.V., Zadorozhna S.V., Gnatenko V.I.* Kyiv: VPC "Kyyivskiy universytet", 6–39 [in Ukrainian].

24. Stanislav Kazymirovich Rosovetsky. *Bibliographic index for 1968–2018*. (2018). [Stanislav Kazymirovych Rosovetskyi. Bibliografichnyy pokazhchyk za 1968–2018 roky] / Ukladach Yu. B. Dyadyshcheva-Rosovetska. Avtor vstupnyx notatok S. K. Rosovetskyi. Kyiv: FOP Rosovetskyi-Gindykh O.S. 52 s. URL : <https://rosovetskyi.com/bibliographia/> (last access: 17.12.2023) [in Ukrainian].

25. Sushytskyi, T. *Shevchenko's "Duma" and Ukrainian Dumas (To the question of "Kobzar's" style)* ["Duma" Shevchenka i ukrainski dumy (Do pytannia pro styl "Kobzaria")] (1915). *Zbirnyk pamiaty Tarasa Shevchenka (1814–1914)*. Kyiv, 83–84 [in Ukrainian].

26. Ukrainian folklore Dumas [Ukrainski narodni dumy / teksty i vstup K. Hrushevskoi]. (1927). Kharkiv : Derzhavne vyd-vo Ukrainy. T. 1 korpusu. CCCXX, 176 s. URL : <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/ukr0000014981> (last access: 26.12.2023) [in Ukrainian].

27. Kharchuk, R. (2022). Someday someone will definitely write: I am a student of Volodymyr Peretz, Oleksandr Nazarevsky and Stanislav Rosovetsky [Kolys khtos oboviazkovo napyshe: ya ye uchnem Volodymyra Peretza, Oleksandra Nazarevskoho i Stanislava Rosovetskoho]. *Slovo i Chas*, 3, 120-123.

28. Shapoval, A.I. (2020). *Volodymyr Mykolayovych Peretz as a Ukrainian scientist, a researcher of manuscript and book heritage in the light of epistolary sources* [Volodymyr Mykolaiovych Peretz yak vchenyi-ukrainoznavets, doslidnyk rukopysnoi ta knyzhkovoї spadshchyny u svitli epistoliarnykh dzherel]. Kyiv: NAN Ukrainy [in Ukrainian].

Дата надходження до редакції – 21.10.2023

Дата затвердження редакцією – 24.11.2023



Ця публікація ліцензована на умовах Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Федоренко Л.Р.

ORCID: 0009-0007-3082-3939

В УКРАЇНІ ЧИ НА УКРАЇНІ: ВЕЛИКОРОСІЙСЬКИЙ ШОВІНІЗМ У ЛІНГВІСТИЧНОМУ ВИМІРІ

Анотація. Статтю присвячено аналізу використання російською політико-ідеологічною системою лінгвістики як інструменту інформаційно-психологічної агресії проти України. Війна, яку розв'язала Російська Федерація, є кульмінацією довготривалих агресивних дій на різних фронтах: ідеологічному, економічному, культурному, мовному тощо. Нинішні господарі кремля намагаються усіма можливими засобами повернути повний контроль над Україною, використовуючи досвід попередніх політичних режимів. У статті досліджується одне з визначень шовінізму як пригноблення так званих "малих народів" на внутрішньодержавних та міждержавних рівнях, що набуває форм політичного гноблення і мовної асиміляції. Стверджується, що кремлівські ідеологи завжди використовували найменшу можливість для приниження самосвідомості українців, у тому числі й за допомогою різних псевдонаукових теорій. Розглянуто один із прикладів зазначеного – створення російськими філологами штучного винятку із правила написання прийменників "в" і "на" з адміністративно-географічними назвами, який стосується виключно топоніму "Україна". Всупереч лінгвістичним нормам російської мови, зі знахідним і місцевим відмінками росіяни вживають "на Україні". Відповідно проаналізовано висновки радянських лінгвістів Д. Розенталя і К. Билінського, а також сучасних російських науковців-географів та їхню теорію геоконцепту, що, по суті, зводиться до одного твердження: такий варіант склався історично і підтримується висловом "на окраїні". У статті аналізується праця українського мовознавця І. Огієнка, який пояснював, що вислів "в Україні" позиціонує її як окрему державу. І після розпаду СРСР певний час в офіційних документах Російської Федерації вживали логічну норму "в Україні", проте після зміни курсу кремля на відновлення свого панівного впливу на колишні радянські республіки, повернулися до попереднього варіанту. Розглянуті у статті джерела вказують, що політико-ідеологічна система має визначальний вплив на російську

.....
 наукову лінгвістичну школу і використовує її як нелетальну зброю проти України.

Ключові слова: мовна асиміляція, лінгвоцид, самосвідомість, національна ідентичність, топонім, концептуальна картина світу, інформаційно-психологічна агресія.

Інформація про автора: Федоренко Леся Романівна – аспірант кафедри стратегічних комунікацій та прикладної лінгвістики; Центр стратегічних комунікацій; Науково-навчальний інститут інформаційної безпеки та стратегічних комунікацій; Національна академія Служби безпеки України.

Електронна адреса: lesyafedorenko@gmail.com

Lesia R. Fedorenko

ORCID: 0009-0007-3082-3939

IN UKRAINE OR ON UKRAINE: THE GREAT RUSSIAN CHAUVINISM FROM THE LINGUISTIC PERSPECTIVE

Abstract. This article is determined to analyze the way Russian political and ideological system is using linguistics in the means of its informational and psychological aggression against Ukraine. The war launched by Russian Federation has become the culmination of its prolonged aggressive actions on many fronts: ideological, economical, cultural, linguistic and so on. Current cremlin hosts are trying to regain full control over Ukraine in every imaginable way, drawing on the previous political regimes' experience. This article investigates one of the definitions of chauvinism as harassment of so-called "small nations" on the domestic and international levels that is shaping into political oppression and assimilation of languages. Have it that cremlin ideologues have always exploited any opportunity to diminish Ukrainians' self-consciousness, in particular by means of different quasi-scientific theories. Here we explored one example of the forementioned such as the creation of fake exception to the rule of spelling of prepositions "in" and "on" with administrative geographical names by Russian philologers that only applied to place-name "Ukraine". In contradiction to linguistic norms of Russian language Russians use "on Ukraine" in accusative and locative cases. We respectively analyzed arguments of Soviet linguists D. Rozental and K. Bilinskyy, and also modern Russian geographers and their theory of geo concept that basically comes to one statement: such version has been made up through history and is backed up by the expression "on the outskirts". The Ukrainian linguist I. Ohiyenko's work, in which he explained that the expression "in Ukraine" positioned it as a separate state, is mentioned in the article. After the

collapse of the Soviet Union the logical norm "in Ukraine" was being used in the official documents of Russian Federation for a while, but after the cremlin tacked its course to re-establish its dominance over the former Soviet republics, they returned to the previous version. The sources that have been studied in the article point out that the political and ideological system is of a paramount importance for Russian linguistic science and is using it as a non-lethal weapon against Ukraine.

Keywords: *assimilation of language, linguicide, self-consciousness, national identity, place-name, conceptual world view, informational and psychological aggression.*

Information about the author: *Fedorenko Lesia Romanivna – postgraduate student of Department of Strategic Communications and Applied Linguistics; Strategic Communications Center; Educational and Research Institute for Information Security and Strategic Communication; National Academy of the Security Service of Ukraine.*

E-mail: *lesyafedorenko@gmail.com*

Агресія Росії щодо України має давню історію і традиційні інструменти, які не змінюються, а лише трансформуються відповідно до конкретного суспільно-політичного контексту. Мета зусиль агресора залишається де-факто незмінною – зробити український народ частиною своєї імперії шляхом, серед іншого, стирання нашої інституційної та історичної пам'яті, національної ідентичності.

Перелік способів досягнення цієї мети дуже різноплановий – від фізичного винищення (репресії, голод) до морально-психологічного (залякування, заборони, асиміляція тощо). У цій загарбницькій політиці Росія завжди вибирає особливі мішені в концептуальній картині світу народу, одна з них – мова, найважливіша семіотична система, що забезпечує знаковий код того чи іншого народу.

Як одне з аргументованих вважаємо визначення *шовінізму*, запропоноване авторами та упорядниками Енциклопедії історії України, – "агресивна форма націоналізму, яка вирізняється гіперболізованим, войовничим патріотизмом у поєднанні з авторитаризмом і пропагандою ідей національної винятковості держави або нації в суспільно-політичній думці та масовій свідомості... Це пригноблення так званих "малих народів" на внутрішньодержавних та міждержавних рівнях, яке також набуває і форм політичного гноблення та мовної асиміляції" [6, с. 651].

У випадку політичної та ідеологічної експансії Росії стосовно України, мовну асиміляцію сміливо називають лінгвоцидом [10, с. 8]. Є багато прикладів лінгвоциду, вчиненого представниками російської влади по відношенню до української мови як в часи імперії Романових, так і в радянський період. Від фізичного винищення українських мовознавців та, відповідно, їхніх напрацювань, до створення максимально наближених до російської мови правил, термінології, словників.

Таке втручання держави у внутрішні закони розвитку мови відзначав Ю. Шевельов:

"Ні поляки, ні румуни, ні чехи до цього не вдавалися, як не вдавалася царська адміністрація дореволюційної Росії. Вони всі обмежувалися на заходах зовнішнього тиску: забороняли вживати української мови прилюдно, цілковито або частково; накидали державну мову через освітню систему; зваблювали українців своєю культурою й можливістю кар'єри; переселяли їх на неукраїнські території, а українські землі заселяли членами панівної нації тощо. Поруч цих "клясичних" метод радянська система встановлює контроль над структурою української мови: забороняє певні слова, синтаксичні конструкції, граматичні форми, правописні й орфоепічні правила, а натомість пропагує інші, ближчі до російських або й живцем перенесені з російської мови" [22, с.173].

Яскравим свідченням описаної Ю. Шевельовим ситуації став російсько-український словник, виданий у 1948 році і побудований за принципом калькування російської лексики. Упорядники в передмові пафосно звітували про "очищення" української мови: "украинский народ под руководством Коммунистической партии разгромил подлые, враждебные происки буржуазных националистов, направленные на разрыв дружбы и братства народов СССР, и очистил свой язык от националистических искажений". Поруч із тим стверджувалося, що українська літературна мова зазнала "всебічного благотворного впливу великої російської мови" [12].

Кремлівські ідеологи, усвідомлюючи значення того, що українці мають свою власну багату культуру, традиції й мову,

використовували (і використовують дотепер) будь-яку можливість для припущення самосвідомості українців.

Напевно саме тому російські філологи як у минулому, так і тепер, всупереч своїм же власним лінгвістичним нормам, використовують єдиний штучно створений виняток із правила написання прийменників "в" і "на" з адміністративно-географічними назвами. Відповідно до правопису російської мови, росіяни використовують форми "в Молдову", "в Німеччину", "в США", "в Аргентину", "в Польщу та в Угорщину" і лише в єдиному варіанті – "на Україну". Аналогічний прийменник використовується в російській мові на позначення руху всередині цієї держави – "на Забайкалля", "на Заполяр'я" тощо.

І саме такою нормою – "на Україну" – користуються (за винятком деякого часу в 1990-х роках) росіяни не лише в побуті, але й у офіційних державних документах, засобах масової інформації, тощо. Привести цю норму у відповідність до загального правила ніхто з російських мовознавців так і не спромігся, імовірно не ризикуючи ставити під сумнів авторитет радянського лінгвіста Д. Розенталя.

Як стверджують самі ж російські науковці, Д. Розенталь не був академічним спеціалістом із лінгвістики російської мови. Навіть ступінь кандидата педагогічних наук він отримав за підручник мови італійської. Тим не менше, багаторічного викладача вищої школи НКВС вважають одним із основних розробників правил сучасного російського правопису. Саме в його "Довіднику з правопису і стилістики", а потім і у виданій у співавторстві з К. Білінським у 1967 році книзі "Літературне редагування", пояснюється правопис прийменників "в" і "на" з географічними назвами.

Відповідно до описаних Д. Розенталем правил виглядає все логічно – "вживання прийменника "в" у просторовому значенні пов'язано з уявленням про обмежений простір, при відсутності цього значення вживається прийменник "на"... З адміністративно-географічними назвами вживається прийменник "в" зі знахідним і місцевим відмінками, наприклад:

.....

в місто / місті, в Білорусію / Білорусії, в Закавказзі" [1]. І тільки один-єдиний виняток із цього правила подає Д. Розенталь разом із К. Билінським – звісно ж, щодо України.

Пояснюють причину цього винятку досить неоковирно з наукової точки зору, мовляв, так склалося історично. Буцїмто українська мова сама так вплинула на цю форму вживання і прикладом подають використання назв частин України, доповнюючи по суті великоімперським ствердженням, що Україна – всього лише окраїна: "Сполучення на Україну/Україні виникло під впливом української мови (пор. на Полтавщину / Полтавщині, на Чернігівщину / Чернігівщині) і підтримується висловом "на окраїні"" [11].

Водночас, звертає на себе увагу те, що зі словосполученням "республіка Україна" як позначенням складової тодішнього СРСР, вживали прийменник "в" відповідно до загального правила.

Так для чого ж було робити виняток для одного-єдиного слова? Припускаємо, що це був один з інструментів, які використовував кремль у масштабних зусиллях підкорити собі український народ і повністю русифікувати його не тільки в мовному плані, а й у ментальному, стерти його національну ідентичність.

Довідник Д. Розенталя й К. Билінського вийшов друком через сім років після останнього бою УПА, в час покоління "шістдесятників". Найбільш непокірних противників радянського тоталітарного режиму ув'язнювали, фізично знищували, а з решти українців намагалися сформувати т. зв. "homo sovieticus" – покірну радянську людину, для якої жодної поза радянськими стандартами й лекалами України не існує. Іншими словами – Україна, це не держава із власними кордонами та народом-сувереном, а всього лише окраїна.

У 1991 році Україна внаслідок розпаду Радянського Союзу стала незалежною державою, визнаною міжнародною спільнотою і зі всіма відповідними атрибутами – державними символами, державною мовою і, звісно ж, чітко визначеними й визнаними кордонами. Здавалося б, якраз прийшов час

виправити безпідставну лінгвістичну помилку і забрати невинуватений виняток з правила.

Заради справедливості варто зазначити, що на початку 1990-х років, коли РФ формувалася як відмінна від радянського й імперського минулого держава, її очільники відреагували на звернення українського уряду щодо вживання словосполучення "в Україні". Зокрема, у текстах двох указів Президента РФ Б. Єльцина про призначення у 1992 році Л. Смолякова [17] і у 1999 році І. Абоімова [18] Надзвичайними і Повноважними послами в нашій державі було вказано саме "в Україні". Більше того, такий же указ, але вже підписаний В. Путіним у 2001 році стосовно В. Черномирдіна [19] також містив словосполучення "в Україні". А от в указі про призначення наступного посла – М. Зурабова – у 2009 році, підписаному Президентом РФ Д. Медведевим, знову містилося традиційне "на Україні", що сприймається як прояв зневаги [20].

У цьому ж 2009 році редактор київської газети "Правдошукач" звернувся до Інституту російської мови ім. В. Виноградова Російської Академії Наук із проханням роз'яснити, як правильно писати – "в" чи "на" Україні, навівши як приклад Указ про призначення В. Черномирдіна.

Відповідь російських науковців була, так би мовити, зверхньо-поблажливою: варіант "в Україні" – це нововведення "виключно за політичними мотивами" у мовній практиці. Водночас наголосили, що, за висловом академіка В. Костомарова "доводиться миритися і з найнаївнішим політичним і національним мисленням: є речі вищі за недоторкану чистоту літературно-мовного канона". Саме тому, стверджували у своїй відповіді російські науковці, в офіційних документах, які стосуються взаємовідносин двох держав, часто використовуються словосполучення "в Україну" та "з України" [21].

Варто зазначити, що зміна практики такого слововживання в офіційних документах Росії збігає із початком підготовки кремля до гібридної війни проти України. Саме того 2009 року активісти організації "Донецька республіка", створеної у 2005-му після Помаранчевої революції (заборонена в нашій

країні у 2007 р.⁸), оголосили, що Донбас і Херсонська область є "незалежною суверенною російською федеративною державою" [3]. А проросійські орієнтовані політичні сили готувалися до чергових Президентських виборів в Україні, намагаючись здобути реванш за "програну у 2004 році Україну". Що, зрештою, вдалося частково досягти завдяки обранню главою держави В. Януковича та впровадженню в його оточення агентів впливу кремля.

Зауважмо, що протягом останніх двох десятиліть Росія агресивно просуває за межі держави свій концепт "російський світ" ("русский мир"), який став частиною її зовнішньополітичної доктрини. І до цього процесу комплексно долучилися російські науковці, які продукують різноманітні теорії, аби виправдати великоімперську ідеологію кремля.

Відтак до дискусії стосовно вживання "в" чи "на" Україні, підключилися географи, оскільки лінгвісти свої нечисленні аргументи, схоже, вже вичерпали. Тож для пояснень такого винятку у правописі адміністративно-географічних назв використовують поняття геоконцепту. Зокрема, В. Калущков пояснює, що геоконцепт – це будь-яке знакове для певного суспільства місце, яке має певний стійкий образ. Його словесна формула виглядає так: "образ + топонім + територія". Цей російський науковець наголошує, що геоконцепт – це надтопонім і від "звичайного" топоніма відрізняється тим, що його мовне значення відходить на другий план, а на перший виходить зв'язок із місцем та певним культурним середовищем [7, с. 80].

Тож, виходячи із цього, прихильник згаданої теорії намагається довести, що вислів "на Україні" має не просто мовне, а й "глибоке історичне та культурно-географічне коріння, яке відбиває фронтально-пограничну сутність української культури" [7, с.79]. Він звертається до "Толкового словаря живого великорусского языка" В. Даля, в якому справді йдеться, що "украинный, украиный – крайний, у краю, на краю чего-либо находящийся; дальний, пограничный, порубежный, что на

⁸ "Донецька республіка" сконала. *Права людини в Україні*. 14.11.2007. URL: <https://khp.org/1195047033>

крайних пределах государства" [12, с. 989]. Але ж В. Даль до цього пояснення подає інші приклади: "сибирские города встарь зывались украинными", "а город Соловецкой место украинное", "латины взяша украины несколько псковских сел", "даже до украины нашей молдавской". Проте, такі зауваги класика російської мови залишаються поза увагою. Натомість прихильник геоконцептуального підходу В. Калуцков наголошує, що в російській мові прикордонне становище відображається вживанням прийменника "на" і у зв'язку із цим назви регіонів, які були чи є кордоном російської держави і донині, вживаються з прийменником "на". Це підкреслює їх колишню чи теперішню прикордонність: на Уралі, на Алтаї, на Камчатці, на Далекому Сході. А Україна в цьому ряду не відноситься до винятків, каже він [7, с. 81]. Проте, якщо послідовно іти за цією логікою, то потрібно писати, наприклад, "на Білорусі", "на Польщі", "на Фінляндії", адже історично вони колись також певний час були прикордонними територіями Російської імперії. В той же час, В. Калуцков не відкидає існування форми "в Україні", але називає її елементом "українського діалекту російської мови", важливим для жителів сучасної України [7, с. 79].

Приниження України в лінгвістичному сенсі російські науковці намагаються винести за межі обох держав. До прикладу, у 2021 р. в журналі "Филологические науки" з'явилася стаття "Роль прийменників "на" і "в" у російській лінгвістиці", автором якої став завідувач кафедри російської і слов'янських мов Дакарського державного університету (Сенегал, Африка) У. Талл, у минулому випускник Воронежського держуніверситету.

У своєму дослідженні У. Талл наголошує, що якщо до складу назв республік і областей не входить загальна назва, то потрібно вживати прийменник "в". Серед прикладів сенегальський лінгвіст називає "в Литві", "в Латвії", "в Заполяр'ї", "в Поліссі" та, зауважмо, "в Донбасі". І одразу ж наголошує, що виняток становить іменник Україна, з яким вживають прийменник "на". Причому науковець без будь-якого логічного пояснення вказує, що значення "на" у цьому випадку "нічим не відрізняється від значення прийменника "в" при інших іменниках цієї групи" [14, с. 56].

Російські сучасні лінгвісти насправді свідомо маніпулюють, коли стверджують, що норма "на Україні" склалася історично. Адже у XVIII-XIX століттях у російській мові широко використовувалося словосполучення "в Україні" і це чітко відображено у творах класиків: *"И перенес войну в Украину"* (А. Пушкін "Полтава") [9, с.209], *"Порядку нет в Украине: полковники и есаулы грызутся, как собаки, между собою"* (М. Гоголь "Страшная месть") [4, с. 266], *"Багратион долго не присоединяется (хотя в этом главная цель всех начальствующих лиц) потому, что ему кажется, что он на этом марше ставит в опасность свою армию и что выгоднее всего для него отступить левее и южнее, беспокоя с фланга тыла неприятеля и комплектуя свою армию в Украине"* (Л. Толстой "Война и мир") [16, с.106].

Серед фахівців українських науково-лінгвістичних шкіл гострих дискусій щодо цієї мовної ситуації не виникало. Хоча були нечисленні пояснення стосовно некоректності твердження російських колег. Першим, хто обґрунтував і послідовно відстоював необхідність вживати з топонімом "Україна" прийменник "в", був мовознавець, педагог, колишній міністр освіти УНР Іван Огієнко. Ще у 30-х роках XX століття він наголошував, що, відповідно до Третього Універсалу Центральної Ради, Українська Народна Республіка стала самостійною державою, а отже, необхідно змінювати й мовну традицію:

"Коли ми говоримо "на Україні", то це значить, що ми Україну вважаємо частиною якоїсь іншої держави, в якій склад вона входить несамоїтною; і навпаки, говорячи "в Україні", мислимо Україну незалежною правною цілістю, окремою державою, бо такою вона була, і такою вона стала правно з 1918 року... Не забуваймо, що мова росте разом з народом і сильно відбиває в собі його історичну долю!" [8, с. 221].

Також І. Огієнко звертав увагу на те, як радянська влада впливала на цей процес: "совєтська влада в Україні дала наказ в жодному разі не вживати форми "в Україні", а вживати тільки "на Україні". І форма "в Україні" зникла з літератури – запанувала етнографічна форма "на Україні"!" [8, с. 227].

Тим часом, майже через вісімдесят років, інший міністр освіти України, історик за фахом, Д. Табачник вирішив і собі висловитися з приводу дискусії щодо використання "в Україні/на Україні". Під час форуму європейських та азіатських медіа, який щорічно організовувало російське інформаційне агентство "РИА Новости", а в грудні 2010 р. проводило чергове зібрання в Києві, він заявив, що "однаково коректно говорити "в Україні" і "на Україні". Кому як подобається" [13].

А вже наступного року в інтерв'ю іншому російському медіа – радіостанції "Эхо Москвы" заявив, що "усталену стилістичну форму "на Україні" має бути збережено" [2].

Зрештою, суголосність позиції міністра часів президентства В. Януковича лінгвополітичній російській позиції не є дивною – Д. Табачник є яскраво вираженим агентом російського впливу, який із 2014 року переховується на території тимчасово окупованого Криму та є фігурантом кримінального провадження про державну зраду⁹.

Відтак його дії за час перебування на посаді – скасування державного іспиту з української мови у ВНЗ, висловлювання про українську як "непотрібну мову", стрімке нарощування накладу російськомовних підручників, намагання штучно збільшити сферу вжитку в Україні російської мови – можна оцінювати як у межах наративу про великоімперський шовінізм, так і в межах свідомого перенесення до України сповідуваної російською владою політики, а також відповідних їй наукових теорій російських вчених.

Якщо ж припустити, що російські лінгвісти не є політично заангажованими, а справді відстоюють "недоторканну чистоту літературно-мовного канона" (за В. Костомаровим), то в такому випадку ця їхня, так би мовити, наукова впертість є свідченням "застою" російської філологічної науки і небажання розвивати її відповідно до викликів часу.

⁹ СБУ повідомила про підозру у державній зраді ексміністра освіти часів януковича. *Служба безпеки України*. 23.11.2023. URL: <https://ssu.gov.ua/novyny/sbu-povidomyla-pro-pidozru-u-derzhavnii-zradi-eksministru-osvity-chasiv-yanukovycha>

Адже маємо й інші приклади реакції на зміни запитів щодо мовної ситуації. Зокрема, показовим стало рішення польських лінгвістів. Прийменник "на" із назвами деяких країн – прямих і непрямих сусідів Польщі – вживається у польській мові здавна, ще коли державні кордони були відмінними від нинішніх. Це стосується не лише України, а й Литви, Латвії, Білорусі, Словаччини, Угорщини (проте "в республіці Білорусь", "в республіці Литві"). Попри те, польські науковці взяли до уваги "особливу ситуацію та особливі почуття" українців у ставленні до своєї держави. У липні 2022 року Рада польської мови рекомендувала в публічній сфері – офіційних документах, у засобах масової інформації, тощо і в контекстах, коли слово "Україна" можна замінити виразом "Українська держава" – вживати виключно конструкцію "в Україні"¹⁰ [24].

Як бачимо, той незначний поступ у питанні лінгвістичної справедливості й мовного обґрунтування державності України, який спостерігався в Росії у 90-х роках минулого століття, тривав недовго. Як припускає експерт Президент РФ Путіна А. Ілларіонов, зсув вживання "в Україні" до радянського "на Україні" протягом 2005-2008 років може бути відображенням інформаційного впливу на російське суспільство політично мотивованої позиції тодішньої російської влади, яка не змогла змиритися із існуванням самостійної Української держави, підкріпленим подіями Помаранчевої революції. Це така собі лінгвістична відмова від визнання незалежності України [5]. Змін

¹⁰ Rada Języka Polskiego zachęca do szerokiego stosowania składni w *Ukrainie* i *do Ukrainy* i nie uznaje składni z *na* za jedyną poprawną (jak można przeczytać w drukowanych wydawnictwach poprawnościowych). Przyimki *w* oraz *do* są zalecane szczególnie w języku publicznym (urzędowym, prasowym) i w tych kontekstach, w których moglibyśmy zastąpić słowo *Ukraina* wyrażeniem *państwo ukraińskie*. Piszmy więc *wizyta prezydenta w Ukrainie*, a nie *na Ukrainie*. Lepiej pisać o wojnie w *Ukrainie* niż *na Ukrainie*, choć druga wersja też nie jest niepoprawna. Podsumowując – choć oba typy połączeń (zarówno *do Ukrainy* / *w Ukrainie*, jak i *na Ukrainę* / *na Ukrainie*) są poprawne, to zachęcamy, by posługiwać się (szczególnie w tekstach oficjalnych) konstrukcjami pierwszego typu.

у головних владних кабінетах кремля не відбувалося вже понад два десятиліття, а отже курс на політичне, культурне, мовне і, врешті-решт, територіальне поглинання України залишається одним із пріоритетів керівництва РФ. Логічним апофеозом чого стало повномасштабне вторгнення в Україну у лютому 2022-го після восьми років війни на сході нашої держави.

Таким чином, приходимо до висновку, що нинішня російська політико-ідеологічна система, продовжуючи досвід попередніх історичних режимів Росії, активно використовує лінгвістику як інструмент інформаційно-психологічної агресії проти України. Аналіз російського лінгвістичного поля під таким кутом дозволяє вчасно помічати зміни ідеологічного вектора противника та певною мірою передбачати інші агресивні дії, які становлять загрозу державності України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Былинский К.И., Розенталь Д.Э. Литературное редактирование. Москва, 2011. 400 с.
2. Варианты "в Украине" и "на Украине" одинаково корректны – Табачник. [Електр. ресурс]. URL: <https://ria.ru/20101209/306505752.html> (дата звернення: 02.10.2023).
3. В Донецке объявили о независимости. [Електр. ресурс]. URL: <https://dni.ru/society/2009/2/10/159114.html> (дата звернення: 02.10.2023).
4. Гоголь Н.В. Полное собрание сочинений в 14 томах. Москва : Издательство Академии наук СССР, 1940. Том 1. 556 с.
5. Екс-радник Путіна пояснює, чому треба говорити "в Україні". [Електр. ресурс]. URL: <https://www.unian.ua/politics/298103-eks-radnik-putina-rozasnyue-chomu-treba-govoriti-v-ukrajini.html> (дата звернення: 02.10.2023).
6. Енциклопедія історії України: Т. 10. Т – Я / Редкол.: В.А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. Київ: Наукова думка, 2013. 784 с.
7. Калущков В.Н. На Украине в Украине: взгляд культургеографа. *Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2017. № 3. С.79 – 88
8. Огієнко І. (митрополит Іларіон). Рідна мова / Упоряд., авт. передмови та коментарів М.С. Тимошик. Київ: Наша культура і наука, 2010. 436 с.
9. Пушкин А.С. Собрание сочинений в десяти томах. Ленинград : Наука, 1977. Т. 4. 449 с.

10. Радевич-Винницький Я. Лігвоцид як форма геноциду. Київ : Українська видавнича спілка ім. Ю. Липи, 2011. 78 с.

11. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и стилистике. [Електр. ресурс]. 2023. URL: http://rosental-book.ru/styli_xlv.html#sect199 (дата звернення: 02.10.2023).

12. Російсько-український словник / головний редактор М.Я. Калинович, члени редколегії: Л.А. Булаховський, М.Т. Рильський. Москва: Державне видавництво іншомовних і національних словників, 1948. 800 с.

13. Табачник пояснив росіянам, чому говорити "на Україні" правильно. [Електр. ресурс]. URL: https://gazeta.ua/articles/politics/_tabachnik-poyasniv-rosiyanam-chomu-govoriti-na-ukrayini-pravilno/400264 (дата звернення: 02.10.2023).

14. Талл У. Роль предлогов "на" и "в" в русской лингвистике. *East European Scientific Journal*. Т. 4. №12 (76). 2021. С. 55-58.

15. Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля: [в 4 т.]. 3-е изд., испр. и знач. доп., изд. под ред. [и с предисл.] проф. И.А. Бодуэна-де-Куртенэ. Санкт-Петербург; Москва : т-во М. О. Вольф, 1903-1911. Т. 4. URL: <https://www.prlib.ru/item/457657> (дата звернення: 02.10.2023).

16. Толстой Л.Н. Война и мир. Харьков: Прапор, 1980. Т. 3-4. 767 с.

17. Указ Президента Российской Федерации "О назначении Смолякова Л.Я. Чрезвычайным и Полномочным Послом Российской Федерации в Украине" № 140 від 14.02.1992. URL: https://yeltsin.ru/uploads/upload/2015/06/12/up-1992_0140.pdf (дата звернення: 02.10.2023).

18. Указ Президента Российской Федерации "О назначении Абоимова И.П. Чрезвычайным и Полномочным Послом Российской Федерации в Украине" № 1007 від 06.08.1999. URL: <https://yeltsin.ru/uploads/upload/2015/06/12/1007.pdf> (дата звернення: 02.10.2023).

19. Указ Президента Российской Федерации "О назначении Черномырдина В.С. Чрезвычайным и Полномочным Послом Российской Федерации в Украине" № 573 від 06.08.1999. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/16932> (дата звернення: 02.10.2023).

20. Указ Президента Российской Федерации "О назначении Зурабова В.С. Чрезвычайным и Полномочным Послом Российской Федерации в Украине" № 937 від 05.08.2009. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/29748> (дата звернення: 02.10.2023).

21. Черных А. Институт русского языка признал, что говорить "в Украине" – грамотно! [Електр. ресурс]. URL: <https://blog.liga.net/user/achernih/article/3187> (дата звернення: 02.10.2023).

22. Шевельов Ю. Українська мова в першій половині двадцятого століття (1900-1941): стан і статус / авт. вступ. сл. Л. Масенко. Чернівці: Рута, 1998. 207 с.

23. Opinia Rady Języka Polskiego w sprawie wyrażen "w Ukrainie" / "do Ukrainy" i "na Ukrainie" / "na Ukrainę". [Електр. ресурс]. URL:

<https://rjp.pan.pl/?view=article&id=2099:opinia-rady-jezyka-polskiego-w-sprawie-wyrazen-w-ukrainie-do-ukrainy-i-na-ukrainie-na-ukraine&catid=98>
(дата звернення: 02.10.2023).

REFERENCES

1. Bylinsky, K. & Rozental', D. (2011). *Literary editing: textbook. allowance* [Literaturnoye redaktirovaniye : ucheb. posobiye / K.I. Bylinskiy, D.E. Rozental']. Moskva. URL: https://libr.link/literaturovedenie_1041/110-sinonimika-predlogov-52412.html (last access: 02.10.2023) [in Russian].
2. *The options "in Ukraine" and "on Ukraine" are equally correct – Tabachnik* (2010). [Varianty "v Ukraine", i "na Ukraine" odinakovo korrektny – Tabachnik]. URL: <https://ria.ru/20101209/306505752.html> (last access: 02.10.2023) [in Russian].
3. *Independence was declared in Donetsk*. (2009). [V Donetske ob'yavili o nezavisimosti]. DNI.ru. URL: <https://dni.ru/society/2009/2/10/159114.html> (last access: 02.10.2023) [in Russian].
4. Gogol N. (1940) *Complete works in 14 volumes*. [Polnoye sobraniye sochineniy v 14 tomakh]. Moskva: Izdatel'stvo Akademii nauk SSSR [in Russian].
5. *Putin's ex-advisor explains why it is necessary to speak "in Ukraine"*. (2009). [Eks-radnyk Putina poyasnyuye, chomu treba hovoryty "v Ukrayini"]. URL: <https://www.unian.ua/politics/298103-eks-radnik-putina-poyasnyue-chomu-treba-govoriti-v-ukrajini.html> [in Ukrainian].
6. *Encyclopedia of the history of Ukraine* (2013). [Entsyklopediya istoriyi Ukrayiny: T. 10. T – YA / Redkol.: V. A. Smoliiy (holova) ta in. NAN Ukrayiny. Instytut istoriyi Ukrayiny]. Kyiv: "Naukova dumka" [in Ukrainian].
7. Kalutskov, V. (2017). In Ukraine in Ukraine: the view of a cultural geographer. *Bulletin of Moscow University. Ser. 19. Linguistics and intercultural communication*, 3, 79-88. [in Russian].
8. Ohienko, Ivan (Metropolitan Hilarion) (2010). *Native language* [Ridna mova / Uporyad., avt. peredmovy ta komentariv M.S. Tymoshyk]. Kyiv : Nasha kul'tura i nauka [in Ukrainian].
9. Pushkin, A. (1977). *Collected works in ten volumes* [Sobraniye sochineniy v desyati tomakh]. Leningrad: Nauka [in Russian].
10. Radevich-Vynnytskyi, J. (2011). *Ligvocide as a form of genocide* [Lihvotsyd yak forma henotsydu]. Kyiv: Ukrayins'ka vydavnycha spilka im. Yu. Lypy [in Ukrainian].
11. Rosenthal, D. (2023). *Handbook of spelling and style* [Spravochnik po pravopysaniyu i stilistike]. URL: http://rosental-book.ru/styli_xlv.html#sect199 (last access: 02.10.2023) [in Russian].
12. *Russian-Ukrainian dictionary* (1948). [Rosiiys'ko-ukrayins'kyy slovnyk / holovnyy redaktor M.YA. Kalynovych, chleny redkolehiyi:

L.A. Bulakhovs'kyy, M.T. Ryl's'kyy]. Moskva: Derzhavne vydavnytstvo inshomovnykh i natsional'nykh slovnykiv [in Ukrainian; in Russian].

13. *Tabachnyk explained to the Russians why it is correct to say "in Ukraine"* (2011). [Tabachnyk poyasnyv rosiyanam, chomu hovoryty "na Ukraini" pravyl'no]. URL: <https://gazeta.ua/articles/politics/tabachnik-poyasniv-rosiyanam-chomu-govoriti-na-ukrayini-pravilno/400264> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].

14. Tull, Oussein (2021). The role of the prepositions "na" and "in" in Russian linguistics. *East European Scientific Journal*, 12 (76), 55-58. <https://doi.org/10.31618/ESSA.2782-1994.2021.4.76.221> [in Russian].

15. *Explanatory Dictionary of the Living Great Russian Language by Vladimir Dahl* (1903-1911). [Tolkovyy slovar' zhivogo velikorusskogo yazyka Vladimira Dalya : [v 4 t.]. 3-ye izd., ispr. i znach. dop., izd. pod red. [i s predisl.] prof. I.A. Boduena-de-Kurtene]. Sankt-Peterburg; Moskva: t-vo M. O. Vol'f [in Russian].

16. Tolstoy, L. (1980). *War and Peace* [Voyna i mir]. Khar'kov: Prapor [in Russian].

17. *Decree of the President of the Russian Federation No. 140 "On the appointment of Smolyakov L.Ya. Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of the Russian Federation to Ukraine"*. (14.02.1992). [Ukaz Prezidenta Rossiyskoy Federatsii № 140 "O naznachenii Smolyakova L.YA. Chrezvychaynym i Polnomochnym Poslom Rossiyskoy Federatsii v Ukraine]. URL: https://yeltsin.ru/uploads/upload/2015/06/12/up-1992_0140.pdf (last access: 02.10.2023) [in Russian].

18. *Decree of the President of the Russian Federation No. 1007 "On the appointment of Aboimov I.P. Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of the Russian Federation to Ukraine"* (06.08.1999). [Ukaz Prezidenta Rossiyskoy Federatsii № 1007 "O naznachenii Aboimova I.P. Chrezvychaynym i Polnomochnym Poslom Rossiyskoy Federatsii v Ukraine]. URL: <https://yeltsin.ru/uploads/upload/2015/06/12/1007.pdf> (last access: 02.10.2023) [in Russian].

19. *Decree of the President of the Russian Federation No. 573 "On the appointment of V.S. Chernomyrdin Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of the Russian Federation to Ukraine"* (21.05.2001). [Ukaz Prezidenta Rossiyskoy Federatsii № 573 "O naznachenii Chernomyrdina V.S. Chrezvychaynym i Polnomochnym Poslom Rossiyskoy Federatsii v Ukraine]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/16932> (last access: 02.10.2023) [in Russian].

20. *Decree of the President of the Russian Federation No. 937 "On the appointment of Zurabov V.S. Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of the Russian Federation to Ukraine"* (05.08.2009). [Ukaz Prezidenta Rossiyskoy Federatsii № 937 "O naznachenii Zurabova V.S. Chrezvychaynym i Polnomochnym Poslom Rossiyskoy Federatsii v Ukraine]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/29748> (last access: 02.10.2023) [in Russian].

21. Chernykh A. (21.10.2009). *The Russian Language Institute recognized that it is correct to say "in Ukraine"* [Institut russkogo jazyka priznal, chto govorit' "v Ukraine" – gramotno!]. URL : <https://blog.liga.net/user/achernih/article/3187> [in Russian]

22. Shevelyov, Yury (1998). *The Ukrainian language in the first half of the twentieth century (1900-1941): state and status* [Ukrayins'ka mova v pershiy polovyni dvadtsyatoho stolittya (1900-1941): stan i status / avt. vstup. sl. L. Masenko]. Chernivtsi: Ruta [in Ukrainian].

23. *Opinion of the Polish Language Council on the expressions "in Ukraine" / "to Ukraine" and "on Ukraine" / "to Ukraine"* (2022). [Opinia Rady Jenzyka Pol'skiego w sprawie wyrazhen' "w Ukrainie" / "do Ukrainy" i "na Ukrainie" / "na Ukrainę"]. Rada Języka Polskiego. URL: <https://rjp.pan.pl/?view=article&id=2099:opinia-rady-jezyka-polskiego-w-sprawie-wyrazen-w-ukrainie-do-ukrainy-i-na-ukrainie-na-ukraine&catid=98> (last access: 02.10.2023) [in Polish].

Дата надходження до редакції – 11.09.2023
Дата затвердження редакцією – 24.10.2023



Ця публікація ліцензована на умовах Creative Commons Attribution 4.0 International License.

ІНДЕКСАЦІЯ ЗБІРНИКА В МІЖНАРОДНИХ НАУКОМЕТРИЧНИХ БАЗАХ ДАНИХ

Збірник входить до міжнародних наукометричних баз:

- **INDEX COPERNICUS** (Польща),
<https://indexcopernicus.com>
- **ERIH PLUS** (Норвегія),
<https://erihplus.nsd.no>
- **RESEARCH BIB** (Японія),
<https://www.researchbib.com>
- **ROAD**,
<https://road.issn.org/>
- **DOAJ**,
<https://doaj.org>
- **LINGUISTIC BIBLIOGRAPHY** (Нідерланди),
<http://www.linguisticbibliography.com>
- **OUCI**,
<https://ouci.dntb.gov.ua/>
- **ULRICH'SWEB**
<http://ulrichsweb.serialssolutions.com/>

EN

INDEXATION OF THE JOURNAL IN THE INTERNATIONAL SCIENTIFIC DATABASES

The journal is included to international scientific databases:

- **INDEX COPERNICUS** (Poland),
<https://indexcopernicus.com>
- **ERIH PLUS** (Norway),
<https://erihplus.nsd.no>
- **RESEARCH BIB** (Japan),
<https://www.researchbib.com>
- **ROAD**,
<https://road.issn.org/>
- **DOAJ**,
<https://doaj.org>
- **LINGUISTIC BIBLIOGRAPHY** (Netherlands),
<http://www.linguisticbibliography.com>
- **OUCI**,
<https://ouci.dntb.gov.ua/>
- **ULRICH'SWEB**
<http://ulrichsweb.serialssolutions.com/>

Кафедра стилістики та мовної комунікації
Навчально-наукового інституту філології
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

планує публікацію періодичного збірника наукових праць
"Актуальні проблеми української лінгвістики:
теорія і практика" (випуск № 48)

UA

Вимоги до публікації:

1. *Текст статті* повинен відповідати чинним вимогам Міністерства освіти і науки України та міжнародним науковим стандартам, згідно з якими обов'язковими є такі елементи:

– постановка проблеми в контексті сучасної філологічної науки та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями;

– аналіз найновіших публікацій із теми дослідження;

– визначення раніше не вивчених частин загальної проблеми або напрямків дослідження;

– формулювання мети статті (постановка завдання);

– виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;

– висновки дослідження й перспективи подальших наукових розвідок у визначеному напрямі.

2. *Комп'ютерний варіант статті* повинен відповідати таким вимогам:

– шрифт **Times New Roman**;

– якщо в наборі використовуються інші шрифти, якими набрано ілюстративний матеріал, то вони подаються окремим файлом;

– поля: вгорі – 2,5 см; внизу – 9,54 см; зліва – 2,5 см; справа – 6,84 см;

– відступи від колонтитула: вгорі – 2,75 см; внизу – 9 см;

– абзацний відступ – 1,25 см;

– міжрядковий інтервал – одинарний;

– для покликань на джерело цитування використовувати квадратні дужки, напр.: [5, с. 141], де 5 – номер джерела відповідно до списку використаної літератури в алфавітному порядку, а 141 –

номер сторінки; покликання на джерела ілюстративного матеріалу мають бути у круглих дужках (І. Франко);

– згадувати у статті дослідника рекомендовано у форматі: О. Потебня, Д. Чижевський, D. Petrin.

3. **Матеріали** подавати в такій послідовності (відповідно у трьох інформаційних блоках – українському, англійському й російському):

– класифікаційний індекс Універсальної десятикової класифікації (УДК);

– прізвище та ініціали автора подаються посередині (**розмір 11 кеглів, жирний курсив**);

– ID (ORCID) та ScopusID / ResearcherID подається посередині (**розмір 11 кеглів, курсив**);

– назва статті (українською, англійською та російською мовами в кожному з інформаційних блоків) набирається через рядок по центру великими літерами (**розмір 11 кеглів, жирний шрифт**);

– анотації **не менше 1800 знаків** українською, англійською та російською мовами (**розмір 10 кеглів, курсив**);

– ключові слова (не більше десяти слів) (**розмір 10 кеглів, курсив**);

– інформація про автора / авторів подається українською, англійською та російською мовами після анотації у відповідному інформаційному блоці (**розмір 10 кеглів, курсив**) в такій послідовності: прізвище, ім'я, по батькові (повністю), науковий ступінь, вчене звання, посада / навчання в аспірантурі, докторантурі; структурний підрозділ (факультет / інститут, кафедра); назва навчального закладу чи установи; електронна адреса;

– текст статті – через інтервал після назви (**розмір 11 кеглів, міжрядковий інтервал – одинарний**);

– списки літератури (**НЕ БІЛЬШЕ 20 ПОЗИЦІЙ**) подаються через рядок після основного тексту статті в алфавітному порядку в рубриці **ЛІТЕРАТУРА (розмір 10 кеглів, міжрядковий інтервал – одинарний)**. Література оформляється згідно з чинними бібліографічними вимогами. Необхідно розрізняти

наукову літературу та джерела. **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ ПЕРЕКЛАДАЄТЬСЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ І ТРАНСЛІТЕРУЄТЬСЯ ЛАТИНИЦЕЮ** та подається в рубриці **REFERENCES (за стилем APA)** після основного списку:

Shevchenko, L. (2014). *Medialexicography in the linguistic perspective* [Medijna leksykografija v lingvistychnij perspektyvi]. *Aktual'ni problemy ukrai'ns'koi' linygistyky: teorija i praktyka*, 28, 7–16 [in Ukrainian].

– список умовних скорочень назв джерел (за наявності) (розмір 10 кеглів, міжрядковий інтервал – одинарний) подається після списку літератури через один інтервал.

ЗВЕРНІТЬ УВАГУ! Покликання на статті збірника в інших виданнях **ОБОВ'ЯЗКОВО** потрібно робити із вказівкою індивідуального номера DOI.

Статті подаються до редакційної колегії збірника в електронному та роздрукованому варіантах на кафедру стилістики та мовної комунікації.

Публікації збірника проходять **обов'язкове внутрішнє та зовнішнє рецензування** з погляду актуальності, новизни, новаторської постановки проблем, чіткості формулювань дослідницьких завдань, логічності й обґрунтованості висновків.

Видання **дотримується всіх етичних норм і правил**, а також тих, що регламентовані чинним законодавством. Редакторська політика видання базується на принципах Комітету з етики наукових публікацій відносно рівності всіх статей і авторів для головного редактора, редколегії та рецензентів; конфіденційності у процесі внутрішнього та зовнішнього рецензування; оригінальності пропонованого матеріалу та плагіату.

Видання **платне**.

тел.: **0(44) 239-33-66;**

web: **<https://apultp.knu.ua;>**

e-mail: **apultp@univ.net.ua**

.....
Department of Stylistics and Language
Communication of Educational and Scientific Institute of Philology
of Taras Shevchenko National University of Kyiv
plans to publish a periodic scientific edition
"Current issues of Ukrainian linguistics:
theory and practice" (№ 48)

EN

Call for papers

1. *Manuscripts* must meet the applicable requirements of Ministry of Education and Science of Ukraine as well as international standards:

- stating the problem in the context of modern philological science, its correlation with relevant practical tasks;
- analysis of recent literature on the research topic;
- determining previously unexplored aspects of the general problem or research trends;
- defining the aim of the research;
- general description of the work, justification of research findings;
- conclusions of the study, prospects and implications of the research.

2. *A computer version of the article* must meet the following requirements:

- font Times New Roman;
- if the author uses other fonts, it is necessary to propose them in a separate file;
- margin: head – 2.5 cm; tail – 9.54 cm; left – 2.5 cm; right – 6.84 cm;
- an indentation from the running title: head – 2.75 cm; tail – 9 cm;
- an indentation – 1.25 cm;
- line-to-line spacing – single;
- citation must be done in square brackets, e.g.: [5, p. 141], where 5 is a resource number in the references list in alphabetical order, and 141 is a page number;
- a reference to resources should be used in parentheses, e.g.: (I. Franko).

3. **Materials** must be submitted in the following sequence:

- classification index of the Universal Decimal Classification (UDC);
- the author / authors' name and surname (*size 11 points, bold type*);
- the author / authors' ID (ORCID) and ScopusID / ResearcherID (*size 11 points, italic type*);
- the title of the article is typed in the middle in capital letters (*size 11 points, bold type*);
- abstracts (no less **than 1800 symbols**) in Ukrainian, English and Russian (*size 10 points, italic type*);
- key words (no more than ten words) (*size 10 points, italic type*).
- information about the author / authors in Ukrainian, English and Russian after each of the abstracts respectively (*size 10 points, italic type*) in the following order: first name, middle name, scientific degree, academic status, PhD/doctoral studies; organization (faculty / institute/department); title of the institution; e-mail;
- text of the article – in the interval after the title (size 11 points);
- literature lists (**AT MOST 20 POSITIONS**) must be given after the main text of the article in alphabetical order in the rubric **REFERENCES** (size 10 points). References must be submitted in accordance with the applicable requirements of bibliographic standards. It is necessary to distinguish scientific literature and resources. **REFERENCES MUST ALSO BE TRANSLATED AND TRANSLITERATED IN LATIN** and served in the **REFERENCES (APA)**:
Shevchenko, L. (2014). *Medialexicography in the linguistic perspective* [Medijna leksykografija v lingvistychnij perspektyvi]. *Aktual'ni problemy ukrai'ns'koi' linygistyky: teorija i praktyka*, 28, 7–16 [in Ukrainian].
- a list of abbreviations of the resources (if any) (size 10 points) is submitted after the references list.

NB! References on articles of our digest in other editions must be done with the indication of the DOI individual number.

The papers must be submitted to the **editorial board** in electronic and printed versions to the department of stylistics and language communication.

The manuscripts must have **internal and external reviews** in terms of relevance, novelty, innovative research problems, formulation of tasks clarity, consistency and validity of conclusions.

The edition adheres to all **ethic norms** and rules as well as those that are regulated by current legislation. Editorial policy of the edition is based on the principles of Committee on Publication Ethics regarding the equality of all articles and authors to the editor-in-chief, editorial board and reviewers; confidentiality in the process of internal and external reviewing; originality of the submitted paper and plagiarism.

The edition is **paid**.

Tel: **0(44) 239-33-66;**

web: **<https://apultp.knu.ua>;**

e-mail: **apultp@univ.net.ua**

ЗМІСТ

МЕДІЙНА ПРОБЛЕМАТИКА В МОДЕРНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Снитко О.С., Погорілова М.С.

Мультимодальні тексти сугестивної спрямованості
в інформаційному просторі України воєнної доби6

Шевченко Л.І., Дергач Д.В.

Жанр *КУЛІНАРНЕ ШОУ* у стилістичній парадигмі
сучасних слов'янських медіа32

Белова А.Д.

Смакова лексика у рекламі вишуканої їжі (на матеріалі
вебсайтів та сторінок у соціальних мережах
FORTNUM & MASON та *FORMAN & FIELD*)50

Сизонов Д.Ю.

Фразеологізація інтернет-мемів69

Нікіфорова Є.Ю., Попівняк О.О., Галицька Є.А.

Мультимодальна когезія в парфумерній рекламі82

АВТОРСЬКИЙ ПОГЛЯД НА АКТУАЛЬНІ ЛІНГВІСТИЧНІ ПИТАННЯ

Боцман А.В., Дмитрук О.В., Бондаренко В.В.

Десквамаційний механізм походження
готських претерито-презентних дієслів 105

Дядищева-Росовецька Ю.Б.

Станіслав Росовецький: мовознавчий аспект
наукової спадщини Володимира Перетца 131

.....

Федоренко Л.Р.	
<i>В Україні чи на Україні: великоросійський шовінізм</i>	
у лінгвістичному вимірі дискурсу	152
 Індексація збірника в міжнародних	
наукометричних базах	169
 Вимоги до публікації у виданні	170

CONTENTS

MASS MEDIA ISSUES IN THE MODERN LINGUISTICS

Olena S. Snytko, Mariia S. Pohorilova

Multimodal texts with a suggestive orientation
in the information space of wartime Ukraine.....6

Larysa I. Shevchenko, Dmytro V. Dergach

COOKING SHOW genre in the stylistic paradigm
of modern slavic mass media32

Alla D. Belova

Gustatory vocabulary in luxury food advertising
(based on *FORTNUM & MASON* and *FORMAN & FIELD*
websites and social media platforms).....50

Dmytro Y. Syzonov

Phraseologization of Internet memes69

Yevhenia Yu. Nikiforova, Olena O. Popivniak,

Elizaveta A. Galitska

Multimodal cohesion in perfume advertisement82

AUTHOR'S VIEW ON CURRENT LINGUISTIC PROBLEMS

Andriy V. Botsman, Olga V. Dmytruk,

Valeria V. Bondarenko

Desquamation mechanism
of the gothic preterite-present verb origin.....105

Juliya B. Dyadyshcheva-Rosovetska

Stanislav Rosovsky: Volodymyr Peretz's scientific
heritage linguistic aspect131

Lesia R. Fedorenko

In Ukraine or on Ukraine: the Great Russian chauvinism
from the linguistic perspective 152

Indexing in international scientific databases.....169

Publication requirements170

Наукове видання
(категорія Б)

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
УКРАЇНСЬКОЇ ЛІНГВІСТИКИ:
ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА**

Випуск XLVII

Над випуском працювали:

Л. І. Шевченко (голов. редактор),
Д. Ю. Сизонов (відп. секретар)

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, власних імен та інших відомостей. Усі статті перевірено на плагіат.

Редколегія залишає за собою право скорочувати та редагувати подані матеріали.

Електронна версія публікацій представлена на сайті <http://apultp.knu.ua>