

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

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

Випуск XXXVI

Засновано 2000 року

*Рекомендовано до друку
Вченою радою
Інституту філології
26 червня 2018 року*



УДК 81.161.2
ББК 81.2 Ук-5

Рецензенти:

В.М. Бріцин, д-р філол. наук, проф.
О.А. Стишов, д-р філол. наук, проф.
О.П. Івановська, д-р філол. наук, проф.

А 43 Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика : 36. наукових праць. К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2018. Вип. 36. 210 с.

ISSN 2311-2697 (Print)
ISSN 2523-4870 (Online)
INDEX COPERNICUS (Польща)
ERIH PLUS (Норвегія)
DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP>

RESEARCH BIB (Японія)
РІНЦ № 356-06/2014 (Росія)
УКРАЇНІКА НАУКОВА (Україна)
GOOGLE SCHOLAR

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.

Головний редактор: *Л.І. Шевченко*, чл.-кор. НАН України, д-р філол. наук, проф.

Відповідальний секретар: *Д.В. Дергач*, канд. філол. наук, доц.

Редакційна колегія: *Б.М. Ажнюк*, 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) (Італія); *С.Я. Ермоленко*, чл.-кор. НАН України, д-р філол. наук, проф.; *А.П. Загнітко*, чл.-кор. НАН України, д-р філол. наук, проф.; *М. Каранфіловські*, д-р філол. наук, проф. (Македонія); *Т.Ю. Ковалевська*, д-р філол. наук, проф.; *Л.О. Кудрявцева*, д-р філол. наук, проф.; *О.В. Левко*, канд. філол. наук, доц.; *Л.А. Лисиченко*, д-р філол. наук, проф.; *О.І. Луценко*, канд. філол. наук, доц.; *Г.П. Півторак*, акад. НАН України, д-р філол. наук, проф.; *Ю.Ф. Прадід*, д-р філол. наук, проф.; *Р.П. Радишевський*, чл.-кор. НАН України, д-р філол. наук, проф.; *С.К. Росовецький*, д-р філол. наук, проф.; *Д.Ю. Сизонов*, канд. філол. наук, доц.; *Г.Я. Солганик*, д-р філол. наук, проф. (Росія); *О.О. Тараненко*, чл.-кор. НАН України, д-р філол. наук, проф.; *А. Фаловські*, д-р філол. наук, проф. (Польща); *В.А. Широков*, акад. НАН України, д-р техн. наук, проф.; *Л.В. Шулінова*, канд. філол. наук, доц.

Свідectво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації Серія КВ № 5755 від 15.01.2002 р.

Збірник наукових праць є **фаховим виданням із дисциплін філологічного профілю**. Наказ Міністерства освіти і науки України від 07.10.2015 р., № 1021.

Адреса редакційної колегії: 01601, м. Київ, бул. Т. Шевченка, 14, ауд. 131, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут філології; тел. +380 (44) 239-33-66; web: <http://apultp.jimdo.com>; e-mail: apultp@ukr.net.

KYIV NATIONAL
TARAS SHEVCHENKO UNIVERSITY

**ACTUAL ISSUES
OF UKRAINIAN LINGUISTICS:
THEORY AND PRACTICE**

Volume XXXVI

Founded in 2000

*Recommended
for publishing
by the Scientific council
of Institute of philology
on the 26th of June 2018*



УДК 81.161.2
ББК 81.2 Ук-5

Reviewers:

V.M. Britsyn, doctor of philology, prof.
O.A. Styshov, doctor of philology, prof.
O.P. Ivanovska, doctor of philology, prof.

A 43 Actual issues of Ukrainian linguistics : theory and practice : Scientific digest.
K. : Publishing center "Kyiv university", 2018. Vol. 36. 210 p.

ISSN 2311-2697 (Print)
ISSN 2523-4870 (Online)
INDEX COPERNICUS (Poland)
ERIH PLUS (Norway)
DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP>

RESEARCH BIB (Japan)
RISC № 356-06/2014 (Russia)
SCIENTIFIC UKRAINE (Ukraine)
GOOGLE SCHOLAR

The scientific digest contains contributions dedicated to the analysis of actual, perspective, discussive issues of modern linguistics in its plural research paradigmes. It is addressed to specialists in various disciplines of humanities: philology, philosophy, culturology, history etc. and also to the scientists of universities.

Chief editor: **L.I. Shevchenko**, corresponding member of NAS of Ukraine, doctor of philology, prof.

Executive secretary: **D.V. Dergach**, PhD, assoc. prof.

Editorial council: **B.M. Azhnyuk**, doctor of philology, prof.; **F.S. Batsevych**, doctor of philology, prof.; **A. Bratski**, doctor of humanities, prof. (Poland); **L.P. Gnatyuk**, doctor of philology, prof.; **Del Gaudio Salvatore**, PhD (Italy); **S.Y. Yermolenko**, corresponding member of NAS of Ukraine, doctor of philology, prof.; **M. Karanfilovski**, doctor of philology, prof. (Macedony); **T.Y. Kovalevska**, doctor of philology, prof.; **L.O. Kudryavtseva**, doctor of philology, prof.; **O.V. Levko**, PhD, assoc. prof.; **O.I. Lutsenko**, PhD, assoc. prof.; **L.A. Lysychenko**, doctor of philology, prof.; **G.P. Pivtorak**, acad. of NAS of Ukraine, doctor of philology, prof.; **Y.F. Pradid**, doctor of philology, prof.; **R.P. Radyshevskyy**, corresponding member of NAS of Ukraine, doctor of philology, prof.; **S.K. Rosovetskyy**, doctor of philology, prof.; **L.V. Shulinova**, PhD, assoc. prof.; **V.A. Shyrokov**, acad. of NAS of Ukraine, doctor of technical sciences, prof.; **G.Y. Solganyk**, doctor of philology, prof. (Russia); **D.Y. Syzonov**, PhD, assoc. prof.; **O.O. Taranenko**, corresponding member of NAS of Ukraine, doctor of philology, prof. **A.P. Zagnitko**, corresponding member of NAS of Ukraine, doctor of philology, prof.

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

The scientific digest is a **professional edition of philological sciences**. Decree of the Ministry of education and science of Ukraine, 07.10.2015, № 1021.

Editorial address: 01601 Kyiv, bul. Shevchenko, 14, aud. 131, Kyiv national Taras Shevchenko university, Institute of philology, tel. +380 (44) 239-33-66; web: <http://apultp.jimdo.com>; e-mail: apultp@ukr.net.

**КИЕВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО**

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
УКРАИНСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

Выпуск XXXVI

Основано в 2000 году

*Рекомендовано к печати
Ученым советом
Института филологии
26 июня 2018 года*



УДК 81.161.2
ББК 81.2 Ук-5

Рецензенты:

В.М. Брицын, д-р филол. наук, проф.

О.А. Стишов, д-р филол. наук, проф.

О.П. Ивановская, д-р филол. наук, проф.

А 43 **Актуальные проблемы украинской лингвистики : теория и практика :**
Сб. научных трудов. К. : Издательско-полиграфический центр "Киевский университет", 2018. Вып. 36. 210 с.

ISSN 2311-2697 (Print)
ISSN 2523-4870 (Online)
INDEX COPERNICUS (Польша)
ERIH PLUS (Норвегия)
DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP>

RESEARCH BIB (Япония)
РИНЦ № 356-06/2014 (Россия)
УКРАИНИКА НАУЧНАЯ (Украина)
GOOGLE SCHOLAR

В сборнике научных трудов анализируются актуальные, перспективные, дискуссионные вопросы современной лингвистики в ее множественных исследовательских парадигмах. Издание адресуется специалистам в области филологии, философии, культурологии, истории и других социогуманитарных дисциплин, а также исследователям высших учебных заведений.

Главный редактор: *Л.И. Шевченко*, чл.-кор. НАН Украины, д-р филол. наук, проф.

Ответственный секретарь: *Д.В. Дергач*, канд. филол. наук, доц.

Редакционная коллегия: *Б.Н. Ажнюк*, д-р филол. наук, проф.; *Ф.С. Бацевич*, д-р филол. наук, проф.; *А. Брацки*, д-р гуманит. наук, проф. (Польша); *Л.П. Гнатюк*, д-р филол. наук, проф.; *Дель Гаудио Сальваторе*, PhD (д-р философии) (Италия); *С.Я. Ермоленко*, чл.-кор. НАН Украины, д-р филол. наук, проф.; *А.А. Загитко*, чл.-кор. НАН Украины, д-р филол. наук, проф.; *М. Каранфиловски*, д-р филол. наук, проф. (Македония); *Т.Ю. Ковалевская*, д-р филол. наук, проф.; *Л.А. Кудрявцева*, д-р филол. наук, проф.; *А.В. Левко*, канд. филол. наук, доц.; *Л.А. Лисиченко*, д-р филол. наук, проф.; *О.И. Луценко*, канд. филол. наук, доц.; *Г.П. Пивторак*, акад. НАН Украины, д-р филол. наук, проф.; *Ю.Ф. Прайд*, д-р филол. наук, проф.; *Р.П. Радышевский*, чл.-кор. НАН Украины, д-р филол. наук, проф.; *С.К. Росовецкий*, д-р филол. наук, проф.; *Д.Ю. Сизонов*, канд. филол. наук, доц. *Г.Я. Солганик*, д-р филол. наук, проф. (Россия); *А.О. Тараненко*, чл.-кор. НАН Украины, д-р филол. наук, проф.; *А. Фаловски*, д-р филол. наук, проф. (Польша); *В.А. Широков*, акад. НАН Украины, д-р техн. наук, проф.; *Л.В. Шулинова*, канд. филол. наук, доц.

Свидетельство о государственной регистрации печатного средства массовой информации – Серия KB № 5755 от 15.01.2002 г.

Сборник научных трудов является **специализированным изданием по дисциплинам филологического профиля**. Приказ Министерства образования и науки Украины от 07.10.2015 г., № 1021.

Адрес редакционной коллегии: 01601, г. Киев, бул. Т. Шевченко, 14, ауд. 131, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Институт филологии; тел. +380 (44) 239-33-66; web: <http://apultp.jimdo.com>; e-mail: apultp@ukr.net.

.....

СУЧАСНА ЛІНГВІСТИКА В ІДЕЯХ
І ДОСЛІДНИЦЬКИХ ІНТЕРПРЕТАЦІЯХ

УДК 811.162.2 + 092 + 81'16 Лесів

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

Шевченко Л.І.

**ІДЕЇ ТА НАУКОВІ КОНЦЕПЦІЇ В ПЕРСОНАЛІЯХ
УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО МОВНОГО
ПОГРАНИЧЧЯ: ПРОФЕСОР МИХАЙЛО ЛЕСІВ**

***Анотація.** Стаття присвячена аналізу перспективи обґрунтування ідеї та наукової концепції українсько-польського мовного пограниччя, що розглядається автором як інтелектуальний культурний і географічний ареал, який породжує дифузію мов, культур, способу життя. Соціокультурні взаємини, що складаються історично, виражаються в різних формах культури. Передусім у мові, яка пластично відбиває впливи інших мов, збагачуючи їх новими мовними одиницями, впливаючи на різномірні вияви специфічних форм слова.*

Проблема українсько-польського мовного пограниччя розглядається у статті з проекцією на коло наукових інтересів польського професора-україніста Михайла Лесіва. Дослідник послідовно опрацьовував наукову концепцію позитивного впливу на розвиток мов українсько-польського пограниччя, розглядаючи конкретні вияви впливу у граматиці, фонетиці, ономастиці, розвитку стилістичного потенціалу польської та української мов. Важливою для розуміння перспективи концепції є ідея Михайла Лесіва про вплив не лише польської мови на українську, але й української мови на польську в культурно-мовному пограниччі. Автор статті твердить, що такий погляд є перспективним, адже дозволяє говорити про взаємозбагачення мов, культурну ентропію народів, об'єднаних добросусідством.

Концептуальні ідеї Михайла Лесіва аргументуються численними публікаціями (понад 1000 публікацій), в яких досліджуються фактологічні характеристики мовного пограниччя, а

також історичний розвиток української мови. Аналізуються різні форми і рівні мови, її функціональний потенціал в писемній культурі та діалектному середовищі. Зауважується, зокрема, на ономастичних розвідках Михайла Лесіва, можливостях їх розгортання в сучасних дослідженнях із процесів розвитку літературних мов.

Культурологічна спадщина Михайла Лесіва деталізує, насичує фактичним матеріалом концепцію культурного простору українсько-польського мовного пограниччя, вибудовуючи перспективу мовних контактів і добросусідства двох слов'янських народів.

Ключові слова: українсько-польське мовне пограниччя, цивілізаційна єдність слов'янства, культурна історія народів, Михайло Лесів, українська мова, польська мова, наукова концепція взаємозбагачення українсько-польського мовного пограниччя.

Інформація про автора: Шевченко Лариса Іванівна – доктор філологічних наук, професор; завідувач кафедри стилістики та мовної комунікації; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: style_m_k@ukr.net.

Shevchenko L.I.

IDEAS AND SCIENTIFIC CONCEPTS IN THE PERSONALITIES OF THE UKRAINIAN AND POLISH LANGUAGE FRONTIER: PROFESSOR MIKHAILO LESIV

Abstract. The article is devoted to the analysis of the perspective of the idea and scientific concept of the Ukrainian and Polish language frontier, which is considered by the author as an intellectual cultural and geographical area that generates the diffusion of languages, cultures, and lifestyles. Sociocultural relations, which are formed historically, are expressed in different forms of culture. Language reflects the influences of other languages, enriching them with new linguistic units, influencing various levels of expression of specific forms of words.

In the article, the problem of the Ukrainian and Polish language frontier is considered with a projection on the range of scientific interests of the Polish professor, Mykhailo Lesiv. The researcher consistently worked out the scientific concept of the positive influence on the development of the languages of the Ukrainian-Polish borderlands, considering the concrete impacts of grammar, phonetics, onomastics, and the development of the

stylistic potential of the Polish and Ukrainian languages. The idea of Mikhail Lesiv about the influence not only of the Polish language on Ukrainian but also of the Ukrainian language in Polish in the cultural-linguistic boundary is important for understanding the perspective of the concept. The author of the article states that this view is promising because it allows us to speak about the mutual enrichment of languages, cultural entropy of peoples, united by good neighborliness.

Conceptual ideas of Mykhailo Lesiv are argued by numerous publications (over 1,000 publications), in which the factual characteristics of the language frontier are investigated. The historical development of the Ukrainian language from the point of view of M. Lesiv is considered. Different forms and different languages, its functional potential in written culture and dialectal environment are analyzed. It is noted, in particular, on the onomastic intelligence of Mikhail Lesiv, the possibilities of their deployment in modern studies on the development of literary languages.

The cultural heritage of Mykhailo Lesiv detailed, substantiates the actual material of the concept of the cultural space of the Ukrainian-Polish language frontier, building the prospect of linguistic contacts and good-neighborliness of the two Slavic nations.

Keywords: Ukrainian-Polish language frontier, civilization unity of Slavdom, a cultural history of nations, Mykhailo Lesiv, Ukrainian language, Polish language, scientific concept of mutual enrichment of the Ukrainian-Polish language frontier.

Information about the author: Shevchenko Larysa Ivanivna – doctor of philology, professor; head of the department of stylistics and language communication; Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.

E-mail: style_m_k@ukr.net.

Шевченко Л.И.

ІДЕІ І НАУЧНІ КОНЦЕПЦІЇ В ПЕРСОНАЛІЯХ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО МОВНОГО ПОГРАНІЧ'Я: ПРОФЕСОР МИХАІЛ ЛЕСІВ

Анотація. Стаття посвячена аналізу перспективи обґрунтування ідеї і наукової концепції українсько-польського мовного погранич'я, розглядаваної автором як інтелектуальний культурний і географічний ареал, породжуючий диффузію мов,

культур, образа жизни. Социокультурные отношения, складывающиеся исторически, выражаются в различных формах культуры. Прежде всего в языке, который пластически отражает влияние других языков, обогащая их новыми языковыми единицами, воздействуя на разноуровневые проявления специфических форм слова.

Проблема украинско-польского языкового пограничья рассматривается в статье с проекцией на круг научных интересов польского профессора-украиниста Михаила Лесива. Исследователь последовательно разрабатывал научную концепцию позитивного влияния на развитие языков украинско-польского пограничья, рассматривая их конкретные проявления и влияние в грамматике, фонетике, ономастике, развитии стилистического потенциала польского и украинского языков. Важной для понимания перспективы концепции является идея Михаила Лесива о влиянии не только польского языка на украинский, но и украинского языка на польский в культурно-языковом пространстве рассматриваемого ареала. Автор статьи утверждает, что такой взгляд является перспективным, поскольку позволяет говорить о взаимообогащении языков, культурной энтропии народов, объединенных добрососедством.

Концептуальные идеи Михаила Лесива аргументируются многочисленными публикациями (более 1000 публикаций), в которых исследуются фактологические характеристики языкового пограничья, а также историческое развитие украинского языка. Анализируются различные формы и уровни языка, его функциональный потенциал в письменной культуре и диалектной среде. Рассматриваются, в частности, ономастические исследования Михаила Лесива, возможности их развертывания в современном анализе процессов развития литературных языков.

Культурологическое наследие Михаила Лесива детализирует, насыщает фактическим материалом концепцию культурного пространства украинско-польского языкового пограничья, выстраивая перспективу языковых контактов и добрососедства двух славянских народов.

Ключевые слова: украинско-польское языковое пограничье, цивилизационное единство славянства, культурная история народов, Михаил Лесив, украинский язык, польский язык, научная концепция взаимообогащения украинско-польского языкового пограничья.

Информация об авторе: Шевченко Лариса Ивановна – доктор филологических наук, профессор; заведующая кафедрой стилистики и

.....
языковой коммуникации; Институт филологии; Киевский
национальный университет имени Тараса Шевченко.

Електронний адрес: style_m_k@ukr.net.

Українсько-польське мовне пограниччя – інтелектуальний модус і географічний ареал, де перетинаються, взаємовпливають і збагачуються українська й польська культури, їх мови і в цілому слов'янська цивілізація. Породжене географічним «сусідством», пограниччя є дифузним середовищем, в якому в різні історичні періоди змінюються або уточнюються кордони, межі сталого розселення етносів (а в нові часи – народів), трансформуються соціополітичні умови, за яких відбувається формування культурної свідомості народів. Саме на пограниччі «зародилося багатокультурне сприйняття, бажання розвивати наукову, суспільну, релігійну та освітянську діяльність задля добра української громади в Польщі та взаєморозуміння двох народів» [2] – думка, яку поділяють дослідники творчості Михайла Лесіва.

Авторитетний славіст, літературознавець і лінгвіст, а ще культуролог, просвітник і фольклорист Михайло Лесів належав до польських університетських професорів-українознавців, у наукових студіях яких виразно відбито славістичні ідеї, пошук та концепції другої половини ХХ – початку ХХІ ст. Проекція наукового доробку на ретро- і перспективу цивілізаційної єдності слов'янства з іншими культурами світу формує особливий дискурс в аналізі Михайла Лесіва – глибоке освоєння форм часткового вияву мовно-літературних явищ, їх деталізованого представлення з тим, щоб об'єднати атомарність фактів у довершену мозаїку культурної історії народів. У названій парадигмі аналізуються складники українсько-польського мовного пограниччя – «Взаємозв'язки між українськими та польськими говорами», «Північноукраїнські говори в Польщі», «Назви й територія поширення південно-підляських говірок», «Етимологічний калейдоскоп місцевих назв на пограниччі ПНР», «Українська мова та її говірки на Вармії і Мазурах (після 1947 року)» та ін.

Принцип аналізу матеріалу у творчій лабораторії Михайла Лесіва збігається в цьому циклі робіт із класичною традицією докладних покликань на інтерпретовані факти та їх об'єктивацію в історико-порівняльному дослідженні. Характерною в названому аспекті є стаття 2015 року «Назви й територія поширення південно-підляських говірок», вміщена у виданні, присвяченому професорові Александрові Барщевському (Aleksandr Barszczewsky) й віднесена автором до діалектологічної проблематики.

Докладний аналіз винесеного в назву статті питання Михайло Лесів узгоджує з необхідністю обґрунтування основного операційного терміна *підляські говірки*, насамперед розгорнувши доведення в коментар традиційної етимології, де «прикметник *підляські* оснований на історичному означенні території Підляшшя (старопольське Podlasze, сучасне пол. Podlesie, що асоціювалося зі словосполученням podlasem, у зв'язку з чим появився був також латинський субститут Subsilvania)» [2, с. 68].

Ідея Михайла Лесіва полягає в тому, щоб зіставивши етимологію номенів Підлясся і Підляшшя, їх семантичний обсяг в різних слов'янських мовах, а також аргументацію авторитетних дослідників питання, сформулювати власну позицію щодо назви, а отже і території поширення південно-підляських говірок.

Ретельний аналіз автора звернений до мовних фактів – висновок стосується не лише лінгвістичних проблем і характеристик південно-підляських говірок. Підсумкові твердження спроектовано в перспективу дослідження соціокультурної історії народів пограниччя, передусім українського: «Незалежно від того, що ця територія десь від XIV ст. стала частиною Великого Литовського Князівства, а згодом від Люблінської унії 1569 р. увійшла в склад Польщі, південнопідляські говірки зберегли свій суто український характер і в своїй архаїчній формі виступають донині у людей...» [2, с. 72].

Концептуально думка про складні історичні й духовні залежності культурного простору пограниччя, безумовно, є важливою для ідентифікації конкретних мовних фактів. Проте вивисується над ними, узагальнює доказовість (і не лише філологічну) ідея цивілізаційного взаємозбагачення, взаємовпливу народів, передусім українського, білоруського, польського і російського, що формують досліджуване пограниччя.

Український літературний аналітик і видавець наукової спадщини Михайла Лесіва професор Ростислав Радишевський чітко вказує на реперні точки, в межах яких можна аналізувати ідеї польського професора: «Він був одним із небагатьох, хто поєднав у собі найліпші традиції цього специфічного багатонаціонального регіону Європи, де впродовж багатьох віків співіснують українці й поляки, православ'я та католицизм, візантійська й римська культура, кирилиця та латинський алфавіт... Професора Михайла Лесіва можна назвати творцем міжкультурного українсько-польського взаємопізнання і взаєморозуміння» [2, с. 9].

Наукова концепція дослідника врівноважена україно-, а водночас і польськоцентричністю: писані двома мовами, розвідки Михайла Лесіва зосереджені навколо аналізу форм, виявів й особливостей функціонування української мови в Польщі («Українська мова в Польщі») [2, с. 81-84], мовної специфіки номенів пограниччя («Етимологічний калейдоскоп місцевих назв на пограниччі ПНР») [2, с. 84-88], українських говіркових виявів на певних територіях («Українська мова та її говірки на Вармії і Мазурах (після 1947 року)») [2, с. 93-105] та ін.; рівною мірою аналізуються польські домінанти в пограниччі та культурній історії двох народів («Польська та українська мова: взаємні контакти і збагачення») [2, с. 34-42]; («Польський вплив на східнослов'янські літературні мови XVII ст.») [2, с. 78-81] та ін.

Важливо, як на нашу думку, що ці центричні домінанти не заперечують, а об'єднують різносторонність концепції культурного взаємозбагачення народів пограниччя, в яку

включаються аргументи щодо впливу української мови на російську («Вплив української мови на російську»)[2, с. 88-90] та румунську («Українізми в румунській мові»)[2, с. 92-93]. Хронологія досліджуваних Михайлом Лесівим мовних виявів охоплює діахронні процеси різних періодів, виявлені в культурній історії народів. Передусім, зі зрозумілих історичних причин, XVII-поч. XVIII ст.

Відтак концепція взаємопроникнення і взаємозбагачення української та польської мов дістає нової аргументації в аналізі текстів – фольклорних, перекладних, досліджуваних різноаспектно за жанровими критеріями («Гаївки у польському селі Гута-Стара колишнього Бучацького повіту»)[2., с. 113-118]; за ідіостилістичними характеристиками («Поетична творчість Петра Куприя»)[2, с. 141-151]; за інтертекстуальністю художніх складників («Українські мотиви в творчості Ірени Тшасковської»)[2, с. 151-153], «Україномовні елементи у творчості Тадеуша Падалица»[2, с. 153-160], «Елементи української в літературній творчості Станіслава Вінценза»[2, с. 160-170], «Із поетичної антропонімії Юзефа Лободовського»[2, с. 170-182]).

Зауважимо, логіку концепції взаємовпливу українсько-польського мовного пограниччя тільки підсилює стиль викладу матеріалу, що часто складається зі своєрідних наукових мікроесе. Як це, скажімо, відбувається в аналізі колядок, «тематично пов'язаних зі святом Різдва (Божого народження)»[2, с. 50]. Перехрещення культурних традицій, аналіз постановки їх послідовності Михайло Лесів бачить у «зародках української філософської і психологічної лексики, що пізніше (на думку О. Горбача) «проникає у пісні, що були видані в так званому «Bohohlasnyku» («Богогласнику»), а особливо в колядки, які охоче співали в уніатських церквах»[2, с. 50].

Поширені у Польщі під впливом Заходу в добу середньовіччя (з XV-XVI ст.), вони впливають на українську культурну традицію, що засвідчує запис церковно-українських колядок 1693 року в польському рукописному збірнику, опублікованому В.Перетцом [2, с. 50].

Подальша аргументація становить фактологічне доведення паралелей, тотожностей і збігів – смислових і текстових. «Наприклад, – як засвідчує автор, – українська колядка «Ангел пастирям мовить» є майже ідентичною з польською колядкою «Aniól pasterzom mówił», колись перекладеного з латинського «Angellus pastorius dixit». Найімовірніше, ця колядка була перекладена пізніше, бо ми не знаходимо її в найдавніших руських рукописних збірниках, лише у друкованих кантиках з XIX століття». І для підтвердження висловленої думки Михайло Лесів наводить текстову ілюстрацію, що становить одну з 7 строф названої колядки у двох мовних варіантах:

О дивное Рождество,	O dziwne narodzenie
Великое торжество;	Nigdy nie wysłowione!
Почала Діва Сина в	Poczęła Panna Syna w
чистоти,	czystości
Породила в радости	Porodziła w calości
Із Дівства свого.	Paniństwa swojego.
	[2, с. 50].

Пограниччя, спільна (чи синхронізована культурно і світоглядно) історія народів переростає в міжкультурний діалог, і це дозволяє авторові додати аргументації щодо необхідності дослідження українсько-польського мовного пограниччя. З таких мікродіалогів складається власне увесь доробок просвітителя і вдумливого комунікатора професора Михайла Лесіва. Чи йдеться про взаємодію візантійської і латинської культур на території України, що виявлено, зокрема, у різних формах імен під час хрещення, де паралельно функціонували середньогрецька й латинська традиції: Яків, Аврам, Василь, Варвара – Jakub, Abraham, Bazyli, Barbara чи Федір, Тимофій, Афанасій (Опанас, Панас), Теофіл, Феодосій та їх етимологічні відповідники в польських іменах Teodor, Tymoteusz, Atanazy, Teofil, Teodory та ін.

Михайло Лесів розглядає і мотивує різні фонетичні греко-латинські кореляції в передачі власних імен, такі як: вимова

середньо грецького β (бета) як w; th (фета) як f; s (сігма) в позиції між двома приголосними у східнослов'янських іменах як s; ě (е довга) як i, y, що в церковнослов'янсько-русько-візантійських іменах протиставляється вимові польсько-латинських відповідників з –e– (Ілля, Данило, Клим, Григорій, Дмитро, Никифор, Зиновій – Eliazs, Daniel, Klemens, Grzegorz, Demetriusz).

Наукова ідея, сформульована й досліджена Михайлом Лесівим, полягає не в констатації фактів фонетичного і графічного паралелізму власних імен в українській і польській мовах, а в дослідницькій апробації думки щодо визначення типових для української ономастики імен та встановленні їх частотності в українському суспільстві. Відтак запропонований Михайлом Лесівим ряд – Микола, Василь, Григорій, Дмитро, Олексій, Сергій, Федір, Яків, Борис та ін. («черговість за їхньою популярністю», – за спостереженням автора) становлять «своєрідний стрижень власної церковнослов'янської ономастики», в якій Михайло Лесів характеризує грецьку, латинську і старослов'янську етимологію [2, с. 52].

Зауважимо, сучасні мовознавці, взявши до уваги апробований Михайлом Лесівим матеріал, могли б із цікавою для розуміння історико-культурних процесів перспективою простежити динаміку і конкретні зміни у функціональному статусі та частотності імен в Україні та Польщі в різні часові періоди. Навіть гіпотетично можна передбачити інші ономастичні парадигми, що виникають і функціонують під впливом різних культур, традицій та соціополітичних змін. Ідеться вочевидь і в культурному пограниччі, й в українській та польській культурах в цілому. Михайло Лесів зосереджує увагу на зіставному аналізі ситуації в Україні та Польщі – такий аспект, безумовно, має перспективу, навіть якщо характеризувати історично нетривалі періоди. Дозволимо собі зауважити й на такому факті, як сучасні щорічні соціологічні публікації списків найпопулярніших імен року, останніх років та ін., що дозволяють спостерегти культурні тенденції розвитку суспільства, його актуалізовані контакти з зовнішнім світом,

.....

прецедентні події – для лінгвіста-ономаста екстралінгвістичний вимір фахових спостережень.

Великий інтерес для мовознавців становить визначений Михайлом Лесівим і послідовно підтримуваний вченим аспект досліджень щодо впливу **української мови на інші**, для культури пограниччя – і не тільки польсько-українського. Йдеться про українізми в румунській мові (й однойменну статтю з цього питання), про вплив української мови на російську. З багатьох причин – фахових, а ще швидше традиції чи соціополітичних – частіше зустрічається інше окреслення проблеми: **вплив на українську мову інших мов**. Переакцентування проблеми, на наш погляд, є надзвичайно важливим, адже пограниччя породжує двосторонню інтелектуальну контактність.

Аргументами до цієї ідеї слугують і тонкі спостереження Михайла Лесіва над українськими мотивами у творчості Ірени Тшасковської, україномовними елементами у текстах Тадеуша Падаліци та Станіслава Вінценза. Численні статті про переклад українських авторів (зокрема, Івана Котляревського, Тараса Шевченка) знаними польськими перекладачами, передусім Петром Куприсем, тільки підтверджують вектор наукових спостережень Михайла Лесіва, виразно спрямований на дослідження та утвердження діалогу культур, діалогу слов'янських народів.

Плідне для контактів мовне пограниччя є тим «інтелектуальним гумусом», що продукує живу пульсацію мовних взаємин, як і персоналій, зосереджених на пізнанні активних процесів співжиття та співтворення народів. Численні праці Михайла Лесіва з питань історії, стилістики української мови, діалектології та граматики, як і сильветкова есеїстка про польських і українських авторів – науковців і художників слова поляків Стефана Батруха, Стефана Грабця, Яна Залеського, Владислава Курашкевича, Ришарда Лужного, Здзіслава Штібера, Павла Смочинського та ін., українців Леоніда Булаховського, Олексу Горбача, Євгена Желехівського, Михайла Жовтобрюха, Олексу Синявського, Юрія Шевельова та

ін. – деталізують і фактологічно насичують фахову, глибоко гуманістичну концепцію Михайла Лесіва. Живильна сила різножанрових публікацій автора створює панорамну картину широкого світогляду й ерудиції Михайла Лесіва, що спирається на основоположну ідею, концептуальний погляд дослідника, який обґрунтовує важливість культурного діалогу в українсько-польському мовному пограниччі.

ЛІТЕРАТУРА

1.Lesiów Michal. The Polish and Ukrainian Languages: A Mutually Beneficial relationship. *Cultures and nations of Central and Eastern Europe. Essays in Honor of Roman Szporluk*. Cambridge, Mass. 2000.

2. Студії з україністики: Михайло Лесів. *Мова, фольклор, література польсько-українського пограниччя*. Вип XX / відп. ред., упор., передм. Р. Радишевський. Київ. Талком, 2017. 736 с.

3. Сухомлинов О. Культурні пограниччя: новий погляд на стару проблему : монографія. Донецьк: ТОВ «Юго-Восток ЛТД», 2008.

4.Turluc C. Pogranicka a rozmatosc narodow: wyzwanie dla procesu homogenizacji narodowej. *Dziedzictwo kresów – nazwe wspólne dziedzictwo?* Kraków, 2006.

REFERENCES

1.Lesiów Michal. The Polish and Ukrainian Languages: A Mutually Beneficial relationship. *Cultures and nations of Central and Eastern Europe. Essays in Honor of Roman Szporluk*. Cambridge, Mass. 2000.

2. Ukrainian Studies: Mikhail Lesiv. [Studiji z ukrajinyistyky] Language, folklore, literature of the Polish and Ukrainian frontier. Vol. XX. Ed., foreword. R. Radyshevsky Kiev. Talkom, 2017. 736 p.

3. Sukhomlinov O. Cultural boundaries: a new look at the old problem. [Kulturni pogranychcha: novyj pogliad na staru problemu] Monograph. Donetsk: TOV «South-East Ltd», 2008.

4.Turluc C. Frontier and a variety of nations: a challenge for the process of national homogenisation. [Pogranicka a rozmatosc narodow: wyzwanie dla procesu homogenizacji narodowej]. *Heritage of the borderlands - the common name heritage?* Krakow, 2006.

Дата надходження до редакції – 23.10.2017 р.

Дата затвердження редакцією – 16.11.2017 р.

УДК 81'38:003.349.2:[930.2:003.071]:'09/13''

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

Дядищева-Росовецька Ю. Б.

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КИРИЛИЧНИХ ГРАФІТІ ДОМОНГОЛЬСЬКОЇ ДОБИ СОФІЇ КИЇВСЬКОЇ

***Анотація.** Розглянуто деякі графіті в інтерпретаціях В. Німчука та С. Висоцького. У статті аналізуються сучасні уявлення про лінгвостилістику літератури Київської Русі, що тісно пов'язані з традиціями наукового вивчення самого цього красного письменства. Тобто, у даному випадку своєрідність поняття про літературну мову відбиває своєрідність уявлення про давньоруську літературу, що не є в жодному разі «художньою літературою» сучасного типу, або fiction. Відповідно і обсяг матеріалів, що мають слугувати для вивчення стилістики літератури Київської доби, чітко визначається своєрідністю наукових уявлень про саму цю літературу і про літературну мову, якою вона створюється.*

Наведені міркування змушують нас запропонувати як допоміжний «вимірювач» для дослідження стилістики літератури Київської доби критерій відбиття чи відсутності в текстах певної поетики. Як відомо, явище поетики цілком правомірно поширюється і на фольклор, і на сучасну ділову писемність, і на позафольклорну усну мовну діяльність. Тож і ми отримуємо можливість визначити в тих же графіті Софії Київської стилі церковної писемності та усного канону, фольклорний і діловий юридичний. Але при такому підході відразу впадає в око яскрава особливість стилістики графіті Софії Київської у порівнянні з подібним за обсягом текстів масивом графіті Софії Новгородської: серед київських графіті практично немає фольклорних за походженням, не кажучи вже про відбиття язичницьких ритуалів, які знаходимо на стінах Софії Новгородської. Чому так сталося, які риси світогляду причту і прихожан Софії Київської відбиває це явище?

Наведений висновок може бути надійно опертий на статистичні дані. Але коли дослідники знаходять у текстах XI–XIII ст. силабіку або «елементи силаботонізму», то варто нагадати про дуже вірогідну випадковість відповідного сполучення звуків і складів.

Набагато надійнішим видається віднесення деяких графіті до кондакарного вірша. Але ж не треба забувати, по-перше, про гіпотетичність взагалі такого ототожнення, а також про те, що може йтися лише про пристосування візантійського вірша до слов'янського мовного контексту.

Ключові слова: лінгвістика, стилістика, історія літературної мови, поетика, фольклористика, графіті Софії Київської.

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

Електронна адреса:

Dyadyshcheva-Rosovezka J. B.

STYLISTIC FEATURES OF CYRILLIC GRAFFITI OF THE PRE-MONGOL PERIOD IN KIEV SAINT SOPHIA'S CATHEDRAL

Abstract. The article examines the peculiarity of the concept of the linguistic style of the literature of Kyiv Rus, which is closely linked with the traditions of the scientific study of this very "red writing". The specificity of Old Russian literature as medieval leads to its almost church character, and the specific "simplicity" in the structure of secular literary works of its own, such as "The Word of the Igor's Regiment," forcing researchers to engage in secular business texts, for example, the chronicles that are works of historical the genre. That is, in this case, the peculiarity of the concept of literary language reflecting the peculiarity of the notion of ancient Russian literature, which is by no means the "artistic" literature of the modern type, or fiction. Accordingly, the volume of materials that should serve to study the stylistics of literature of the Kiev Rus era is determined by the peculiarity of scientific ideas about the very literature itself and about the literary language in which it is created.

These considerations make us propose as an auxiliary "meter" to study the style of literature of the Kiev Rus age the criterion of reflection or absence of certain poetics in the texts. As is well known, the phenomenon of poetics is legitimately extended to folklore, to contemporary business writing, and to non-folklore oral speech activity. Thus we get the opportunity to define in the same graffiti Kiev Saint Sophia's Cathedral

style of church writing and oral canon, folklore and business law. But with such an approach, the bright feature of the stylistics of graffiti Sofia of Kiev in the comparison with the volume similar to the volume of graffiti texts of Novgorod Saint Sofia Cathedral is immediately striking: among the Kiev graphite there is practically no folklore of origin, not to mention the reflection of the pagan rituals that we find on the walls of the Novgorod Saint Sofia Cathedral.

This conclusion can be reliably based on statistical data. But when the researchers find in the texts of the XI–XIII centuries. syllabic or "elements of sillabotonomism", it is worth reminding of the very probable chance of an appropriate combination of sounds and syllables. It is much more reliable to refer some graffiti to the clerical poem. But we must not forget the hypotheticalness of such identification in general, as well as the fact that only the adaptation of the Byzantine poem to the Slavic language context can be considered.

Key words: linguistics, stylistics, history of literary language, poetics, folklore, graffiti in Kiev Saint Sophia's Cathedral.

Information about author: Dyadyshcheva-Rosovezka Julia Borysivna – PhD, associate professor; associate professor of the department of stylistics and language communication; Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.

E-mail:

Дядищева-Росовецкая Ю. Б.

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КИРИЛЛИЧЕСКИХ ГРАФФИТИ ДОМОНГОЛЬСЬКОГО ПЕРИОДА СОФИИ КИЕВСКОЙ

Аннотация: В статье рассмотрены интерпретации некоторых граффити XI–XIII вв. в работах С. Высоцкого, В. Нимчука и других учёных. Автор выходит на современные представления о лингвостилистике литературы Киевской Руси, тесно связанные с традициями научного изучения самого этого культурного явления. В данном случае своеобразие понятия о литературном языке отражает своеобразие представления о древнерусской литературе, которая не является ни в коем случае «художественной литературой» современного типа, или *fiction*. Соответственно и объём материалов, который должен служить для изучения стилистики литературы Киевской эпохи, четко определяется своеобразием научных

представлений о самой этой литературе и о литературном языке, на котором она создавалась.

Приведенные соображения заставляют автора предложить как вспомогательный «измерительный инструмент» для исследования стилистики литературы Киевской эпохи критерий воплощения (или отсутствия такого воплощения) в текстах определённой поэтики. Как известно, явление поэтики вполне правомерно распространяется и на фольклор, и на современную деловую письменность, и на внефольклорную устную речевую деятельность. Таким образом, и мы получаем возможность различать в тех же граффити Софии Киевской стили церковной письменности и православного устного канона, фольклорный и деловой юридический. Но при таком подходе сразу обращает на себя внимание яркая особенность стилистики граффити Софии Киевской в сравнении с подобным по количеству текстов массивом граффити Софии Новгородской: среди киевских граффити исчезающе мало фольклорных по происхождению, не говоря уже об отражении языческих ритуалов, которые находим на стенах Софии Новгородской. Почему так произошло, какие черты мировоззрения клира и прихожан Софии Киевской воспроизводит это явление?

Предложенный вывод может быть надёжно подтверждён статистическими данными. Напротив, когда исследователи находят в текстах XI–XIII вв. силлабический стих или «элементы силлаботонизма», то стоит напомнить о достаточно вероятной случайности соответствующего сочетания звуков и слогов. Намного надёжнее кажется отнесение некоторых граффити к кондакарным стихам. Хотя и тут не стоит забывать о гипотетичности вообще такого отождествления, а также о том, что может идти речь только о приспособлении византийского стиха к славянскому языковому контексту.

Ключевые слова: лингвистика, стилистика, история литературного языка, поэтика, фольклористика, граффити Софии Киевской.

Информация об авторе: Дядищева-Росовецкая Юлия Борисовна – кандидат филологических наук, доцент; доцент кафедры стилистики и языковой коммуникации; Институт филологии; Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко.

Электронный адрес:

За влучним висловом Г. Винокура, «ланкою, що безпосередньо поєднує історію мови з історією інших галузей культури, природно є лінгвістична стилістика, оскільки її предмет створюється в результаті того, що мова, як факт культури, не тільки слугує спілкуванню, але й певним чином переживається й осмислюється культурною свідомістю» [1, с. 226]. Дослідження в галузі лінгвістичної стилістики ускладнюються, коли ідеться про вивчення пам'яток давньої доби.

Предметом нашого розгляду є лінгвостилістичні особливості кириличних графіті XI–XIII ст., знайдених у Софії Київській. Звичайно, в усі часи таке писання не віталось, проте, «незважаючи на заборони, які порушувалися, у першу чергу, самими церковниками, звичай видряпувати записи й малюнки на стінах будівель отримав на Русі значного поширення» [2, с. 139]. С. Висоцький знайшов згадку про це є навіть у билинах:

В другой скочил, – колодязь стал;
У колодязя поставил часовенку,
На часовне подписал свое имячко:
«Ехал такой-то сильный, могучий богатырь,
Илья Муромец сын Иванович»
[16, с. 390].

Укладач «Русской хрестоматии» Ф. Буслаєв узяв ці рядки із запису билини про Іллю Муромця «нижнегор.[одским] нареч.[ием.]» [16, с. 387]. Запис цей далі неатрибутований, але, здається, справжній. Важко судити, чи тут і справді пригадування про звичай писати на стінах церков, але скоріше відбилося враження співця про написи на зовнішніх поверхнях церковних споруд, такі як, наприклад, напис на дзвіниці Івана Великого у московському Кремлі.

Графіті на стінах Софії Київської численні (див., зокрема, підрахунки В. Корнієнка: [4, с. 2]). Ці «неофіційні» написи мають надзвичайно цікаву жанрової палітру. С. Висоцький розрізняв серед них написи пам'ятні, побутові, добропожажальні, поминальні, а також написи, що стосуються зображень на фресках [2, с. 12]. Як зауважує В. Німчук, зміст

графіті ширший, бо «серед розгорнутих написів трапляються й пам'ятки літературної творчості, образного мислення й художніх смаків епохи Київської Русі» [6, с. 25].

Тут перед нами постає ціла низка проблем, і, передусім, виникає питання, чи правомірно включати до об'єктів вивчення в нашому контексті епіграфіку як таку, тобто т. зв. некнижні тексти? На це запитання дає відповідь В. Русанівський, засновник і перший завідувач відділу культури мови та стилістики в українській Академії наук, укладач фундаментального підручника з історії української літературної мови. Він, крім традиційних джерел, розширює поле дослідження літературної мови й на епіграфіку, зокрема, виділяючи тут короткий напис на Тмутороканському камені 1068 р. попри його обсяг, а також на нумізматику, зазначивши: «Певну інформацію про особливості літературної мови XI–XIII ст. дають написи на монетах» [15, с. 42; див. також: 7, с. 186–187]. Щоправда, дослідник тут же застерігає, що, втім, «вони не становлять окремого літературного жанру і є цінними тільки з погляду історичної фонетики, граматики і лексикології» [15, с. 42]. Іншими словами, не маючи суто літературних жанрових ознак, ці кириличні написи мають для нас цінність через втілення в їх мовній структурі літературної мови Київських часів.

При вивченні графіті треба також зважати ще й на те, що джерела для вивчення наших старожитностей дійшли, на жаль, переважно в пізніших копіях, на що вказував свого часу І. Свенцицький [18, с. 123]. А, отже, як справедливо замічає В. Русанівський, є очевидним, що «за цими списками не можна так впевнено говорити про звукові ознаки мови – доби, авторів і місця написання цих творів» [15, с. 11]. З цього приводу і Б. Успенський застерігав: «Оскільки давньоруські твори вільно переписувалися й перероблювалися, ми не можемо використовувати їх для дослідження мови того часу, коли вони були створені» [21, с. 89]. Більш того, «якщо ми знаємо, наприклад, що пам'ятку написано в XI ст., але маємо лише

.....

списки XIV ст., то ми можемо робити висновки тільки щодо мови XIV ст., але зовсім не щодо мови XI ст.» [21, с. 89].

Тому в цьому контексті мають непересічну цінність як джерела для дослідження передусім лінгвостилістами й істориками мови саме графіті Софії Київської, бо вони є автентичними, по-перше, і в них відбито мовні процеси, притаманні часу написання, по-друге. Крім того, аналогічні епіграфічні тексти привертали увагу й істориків-джерелознавців. Зокрема, Т. Рождественською було здійснено спробу їх філологічного аналізу [11; Див. також: 13]. Вона, до речі, нагадує: «У 1863 р. академік І. І. Срезневський включив до свого славнозвісного переліку давньоруських пам'яток писемності й мови декілька таких написів, <...>, тем самим визначивши їхнє місце в системі писемних джерел Давньої Русі» [12, с. 30]. Ідеться про короткі написи на хресті Єфросинії Полоцької [19, с. 33], на Рогволодовому камені XII ст. [19, с. 33–34], на камінному хресті Бориса [19, с. 27], на чарі Володимира Давидовича Чернігівського [19, с. 30], на шоломі великого князя Ізяслава [19, с. 30–31] тощо.

Своєрідні тексти графіті в Софії Київській, які безсумнівно відносяться до пам'яток історичної стилістики та історії літературної мови, виділив В. Німчук у дослідженні «Давньокиївські написи – пам'ятки літератури XI–XIII ст.» [6, с. 24–32]. Учений підкреслює, що при тому, що переважна більшість софійських графіті записувалася спонтанно і саме через те вони містять поруч із церковнослов'янськими значну кількість живомовних рис, «деякі епіграфами, мабуть, задалегідь обмірковувалися» [6, с. 25]. Саме вони й представляють інтерес з погляду вивчення історії літературної мови і є предметом уваги в нашому дослідженні, адже, будучи або молитовними звертаннями, або цитатами з різних за характером конфесійних текстів, вони безсумнівно являють собою матеріал, який несе на собі сліди літературного книжного оброблення, а також мають найбільше відповідати книжним мовним нормам). Тут також можна погодитися з припущенням В. Корнієнка, що при цитації цілих фрагментів літературних

творів (при нанесенні їх) «протограф» «існував у пам'яті автора» [4, с. 159].

За своїм характером «зміст більшості графіті, що їх відносимо до літературних текстів, – своєрідні короткі молитви про прощення гріхів і каяття в гріхах. Це не дивно, адже свої прохання автори залишили на стінах культової споруди» [6, 25]. До літературних же варто віднести й автографічні написи (за С. Висоцьким), такі як «Жизнобоудъ» [2, с. 55], «Димитръ» [2, с. 55], чи більш складні двокомпонентні конструкції: «Матхи јлѣ» [2, с. 55] або «иваѣ ѓлѣ» [2, с. 55]. Попри їхню лаконічність, видається закономірним розцінювати їх як різновиди «добропожажальних» графіті, таких як, наприклад: «ѣи помози рабу своемо[у] георѣги[ю]» [2, с. 62]. Або: «михаль убогыи а грѣх[ом] богатыи јлѣ ѓи помози емъ» [2, с. 60].

Питання жанрової приналежності цілого ряду графіті є складним і дискусійним. Так, В. Німчук стверджує (хоча стосовно деяких текстів з ним важко погодитися), що досліджувані тексти графіті можна віднести до давньоруської гімнографії – а саме до кондакарних віршів (молитвословних): «Суть кондакарної системи віршування полягає в тому, що її нерозкладною ланкою є змістова одиниця, яка творить найпростіше (або більш складне) речення. Така одиниця не розпадається ні на стопи (як у силабо-тонічному вірші), ні на склади та їх групи (як у силабічному вірші) і не пов'язується з сусідніми одиницями за принципами, характерними для інших систем віршування: римами, асонансами і т. д.» [6, с. 25].

Загалом для кондакарної системи віршування, зазначає В. Німчук, притаманні відсутність рими, «різне число складів у вірші, хоча й окреслене певними межами (від 5 до 15–16)» [6, с. 26], і різна кількість наголосів у вірші, однак у певному діапазоні – від 2 до 5 (а в окремих випадках і до 6). Так, прояви кондакарного віршування деякі автори знаходять, наприклад, у «Слові о полку Ігоревім» [8, с. 15]. А отже, кондакарний вірш – це вільний несилабічний вірш.

Як стверджує К. Тарановський, «давньоруський кондакарний вірш походить від візантійського вірша, а кінець-

кінцем – від біблійного. Головною ознакою кондакарного вірша є система ритмічних сигналів, які маркують початок рядків. У цій функції виступають, насамперед, два граматичні засоби – кличний відмінок іменника й наказова форма дієслова, які частіше, ніж інші форми, несуть на собі експресивний наголос. Кінці рядків у кондакарному вірші завжди збігаються з природніми інтонаційними сигналами типу антикаденції (з «інтонацією спонукання»), а кінці строф або «строфоїдів» – із сигналом типу каденції (з «інтонацією завершення»)» [20, с. 1–3].

П'ять написів-графіті Софії Київської В. Німчук потрактовує як кондакарні вірші. Це, насамперед, яскравий «оригінальний давньоруський гімнографічний твір» [6, с. 27] який дослідник відносить до XI ст.:

«Ст<ьи Фоко

иже пороучень отъ ба< плавающимъ въ мори правителе
направи м# потапл[#]ема вълнами [ж]итиискими» (№ 110).
[6, с. 26]

В. Німчук пропонує такий переклад:

Святий Фоко,
доручений Богом (або: приставлений) для плаваючих у
морі керманичу,
направ (спрямуй) мене [на істинну путь],
потоплюваного хвилями житейськими [6, с. 26–27].

В. Німчук наголошує, що «ритмічна будова відчувається у розгорнутому тексті віршованої молитви пресвітера Козьми» XII ст. [6, с. 26]:

ги< помози рабоу своему Козмh
грhш[ь]номуу прозвутероу
и прости м# вл<дыко грhхъ моихъ
мнози б[о] соуть
и съп[о]доби оулучити мл<сть отъ тебе
соу[ди]и праведны
въ д<нь соуднь (№ 135) [6, с. 28].

Перекладає В. Німчук цей запис таким чином:

Господи, поможи рабоу своєму Козмі –

грішному пресвітері –
І прости мені, владико, гріхи мої –
багато бо їх,
І сподоби здобути милість від тебе,
соудіє праведний,
у день судний! (тобто: в день страшного суду)
[6, с. 29].

Далі – «молитвословний вірш» XII ст. на фресці сорока севастійських мучеників:

св<ти: м< мч<никъ
помилоуіте м# грішнього
дати съконъчати животь
быхъ грѣхъ бо...
[б]єзоумьє....
[вла]дыко пом#[н]и [м#] гр[ѣ]шнього
въ цесарьстии своємъ (№ 156)
[6, с. 29].

Переклад запропоновано В. Німчуком такий:
Святі сорок мучеників,
помилуйте мене грішного,
дайте скінчити життя...
Владико, пом'яни мене грішного
в царствії своєму [6, с. 29].

Показовим видається оригінальний запис давньоруської загадки XI ст., зроблений графіті на стіні Софії Київської поруч з малюнком «Йордань» (Табл. LXVIII. Мал. 72, записи 73, 74) [2, с. 213]. В. Німчук вбачає в ньому силабічний вірш «із символічним значенням» [2, с. 29–30]:

ольтарь плам#ны
а цр<кы лед#на
и ольтарь погаснеть
и църкы ста~ть (№ 73) [6, с. 29–30].

С. Висоцький назвав його «пояснювальним написом» до розміщеного поруч малюнка «Йордань» і переклав так: «Вівтар полом'яний, а церква льодяна, вівтар згасне і церква розтане» [2, с. 213; див. також: 17, с. 120; 22, с. 100].

Найбільш переконливою проте видається версія С. Росовецького, дослідник зазначає: «Між тим це – загадка з розгадкою «свічка». Таємничий «Даніїло», котрому також належить зроблена під малюнком молитва-графіто («ги< помилои помози / пом#ни даниіла» [2, с. 213] – Ю. Д.-Р.), у такий спосіб прокоментував одну з його деталей – зображення свічок на престолі «Йордані». <...> Безперечно, що автор графіто був церковником, бо пригадану (або складену) ним загадку побудовано на метафоричному осмисленні атрибутів християнського культу» [14, с. 50].

Наступний запис дослідник називає «силабічним римованим чотиривіршем (із елементами силаботонізму)» [6, с. 30].

О горе тобѣ Андрониче
охъ тобѣ небоже
чему
сътвори же се никътоже (№ 204).
[6, с. 30].

Дослідник так перекладає цей напис:

О горе тобі, Андрониче,
біда (ох) тобі, небоже!
Чому
не зробив такого ніхто! [6, с. 30].

До невіршових зразків духовної лірики В. Німчук відносить ряд написів-графіті, які також є «пам'ятками літературно-художньої атмосфери XII–XIII ст., художньої творчості» давньоруської доби [6, с. 30].

Епіграфема XIII ст. містить, на його погляд, молитовне прохання:

«ги< пом[о]зи рабу свѣ[м]у Игнатьви а прѣзвищъ ми има
Саетатъ [?] а ги< нь бѣюс# съмь[р]ти...["]къ ...ищеть дш<# мѣ#
днь суднаго дш<а мѣ# рикаючи» (№ 146) [6, с. 30].

Дослідник пропонує такий переклад: «Господи, поможи рабу своєму Ігнатові. Прозвище моє... Саетат (або Саетато). Господи, не боюся смерті, бо шукає (або» прагне) душа моя дня судного (тобто: страшного суду). Душа моя волає» [6, с. 30].

Так само XIII ст. датує науковець наступний напис: «дѣдиль[?] нескасожичь[?] тѣму пойда w(т) свѣтыхъ азъ бо г<и чаю прити къ тебѣ на въскрѣшенъ ох д<ша мо"»» (№ 149) [6, с. 30]. В. Німчук перекладає його так: «Дідило Нескасожич. Тому подай від святих [тайн] (тобто причастя). Я бо, Господи, сподіваюся прийти до тебе на воскресіння. Ох, душа моя!» (№ 149) [6, с. 30–31].

Ряд написів В. Німчук називає не позбавленими художньої вартості, хоча вони «і не є віршовими творами» [6, с. 31].

Саме таким є графіто XII–XIII ст.: «охъ мнѣ грѣшъникоу н[є]достоиному рабоу твоємоу ги< w(т)веди м# w(т) [м]оук[ы] вѣчно~ исбави w(т)... и w(т) напасти[и]» (№ 104) [6, с. 31]. Не можна не погодитися з таким тлумаченням науковця: «Ох мені, грішнику – недостойному рабу твоєму! Господи, відведи від мене муку вічну, вибав (спаси від ... і від напастей!)» [6, с. 31].

У наступному графіті В. Німчук вбачає поширене у ті часи молитовне благання «ох мнѣ не осуди мене» [6, с. 31], аналогічне якому зустрічаємо в листі Володимира Мономаха: «помилоуи м# Г(с)и помилоуи егда хоцѣши судити не wsуди ме[нѣ] въ вѣгнь» [9, с. 256].

Ряд виявлених києво-софійських графіті В. Німчук характеризує як написи повчального змісту: «Важко сказати, чи це уривки з оригінальних творів – проповідей, які проголошувались у соборі, чи з якихось книжних сентенцій типу тих, що зібрані в біблійній книзі Ісуса, Сірахового сина» [6, с. 31]. Так, датований XI століттям такий напис:

мати не хот#чи дѣтич# бѣж#~т[ь]
б<ъ же не хот#че челоуѣка бѣдами кажет[ь]
[а х]ромъи стоупивъ своего чиноу
въсѣмъ грѣхомъ въ [добы]чь боудеть
[а]минь (№ 108)
[6, с. 31].

Дослідник пропонує такий переклад:

Мати, не хочачи (або: ненавмисне) дитинки уникає,
Бог же нехотя (або: ненавмисне) людину бідами карає.

А хромий (або: кульгавий, кривий), відступивши
від свого

Порядку (або: оступившись у своєму вчинку)

Всім гріхам здобиччу буде. Амінь. [6, с. 31].

Фразу із якоїсь проповіді (повчання) вбачає В. Німчук у такому написі: «и гоило оуѣти оже съгрѣша~ши» [6, с. 32], тобто: «І дітородний член утяти, якщо грішиш» [6, с. 32].

Доволі сумнівно трактує науковець такий текст: «сѣд# во послушаніи оц# своего лучий єсть живущего во п@с[т]ыни» (№ 128) [6, с. 32]. У перекладі дослідника так: «Той, хто слухається отця свого (або батька рідного), краший, аніж той, що живе в пустелі» (краший, ніж пустельник)» [6, с. 32]. Важко погодитись із твердженням В. Німчука, який стверджує, що саме «приказку нагадує сентенція XII ст.» [6, с. 32]. Проте науковець тут же уточнює, що «зміст написаного глибший, причому він явно суперечить церковно-схимницькій моралі» [6, с. 32], і далі він полемізує з таким тлумаченням С. Висоцького «лише життя схимника (тобто пустельника? – Ю. Д.-Р.) в пустелі гірше, ніж у нього» [6, с. 32]. Як на нашу думку, це не що інше, як центральний афоризм (в пізнішій термінології – тема) з повчання про можливість спастися в мир, не ховаючись для цього до пустелі.

Цілий ряд графіті є спорідненими за стилем із літописним, наприклад, про мир на Желяні: «м(с)ц# декембр# въ де съ(т)вориша миръ на жел#ни св#топѣлк володимиръ и ольгъ» [2, с. 25]. С. Висоцький тлумачть його так: «Місяця грудня в 4-те уклали мир на Желяні Святополк, Володимир і Олег» [2, с. 25]. М. Приселков підкреслює, що в літописах, зокрема в «Повісті временних літ», коли іноді немає пояснень поруч із згадуваними іменами (на кшталт «воевода Святополка Путята»), це «означає гучну відомість даної особи в Києві під час запису» [10, с. 52–53]. С. Висоцький погоджується з ним: «Зрозуміло, що це зауваження Приселкова справедливе не лише для літописних записів того часу, а і для графіті давніх архітектурних пам'яток. У розглядуваному напису йдеться про осіб добре відомих у

Києві в період написання графіто» [2, с. 28]. Також дослідника вражає «діловий документальний характер запису» [2, с. 27–25].

Окремо дослідниками виділяється дуже незвичний напис ділового характеру на стіні культової споруди – про купівлю Боянкової землі. Цілий ряд вчених не відносить давні тексти юридично-ділової писемності до пам'яток, за якими може вивчатися історія літературної мови, адже із рис літературності там представлені лише ділові терміни, позбавлені вузьких діалектних рис, і характерні формули. Тоді як літературна мова має бути передусім нормованою, кодифікованою. Тут же, мовляв, не представлена цілісна мовна система. І тим не менше, В. Русанівський зазначає: «Ділова мова, звичайно, позбавлена «плетіння слів», поетичних фігур і под. І все ж елементи поетики інколи потрапляють і в ці тексти» [15, с. 40. Див. також: 5].

Зробимо деякі висновки. Своєрідність уявлення про лінгвостилістику літератури Київської Русі тісно пов'язана з традиціями наукового вивчення самого цього красивого письменства. Своєрідність давньоруської літератури як середньовічної призвела до її майже поспіль церковного характеру, а специфічна «бідність» у структурі світських власне художніх творів (як «Слово о полку Ігоревім») змусила дослідників залучати до розгляду світські ділові тексти, наприклад, літописи, що є творами історичного жанру. Іншими словами, у даному випадку своєрідність поняття про літературну мову відбиває своєрідність уявлення про давньоруську літературу, що не є в жодному разі «художньою» літературою сучасного типу, або fiction. Відповідно і обсяг матеріалів, що мають слугувати для вивчення стилістики літератури Київської доби, чітко визначається своєрідністю наукових уявлень про саму цю літературу і про літературну мову, якою вона створюється.

Наведені міркування змушують нас запропонувати як допоміжний «вимірювач» для дослідження стилістики літератури Київської доби критерій відбиття чи його відсутності ні в текстах певної поетики. Як відомо, явище поетики цілком

правомірно поширюється і на фольклор, і на сучасну ділову писемність, і на позафольклорну усну мовну діяльність. Тож і ми отримуємо можливість визначити в тих же графіті Софії Київської стилі церковної писемності та усного канону, фольклорний і діловий юридичний. Але при такому підході відразу впадає в око яскрава особливість стилістики графіті Софії Київської у порівнянні з подібним за обсягом текстів масивом графіті Софії Новгородської: серед київських графіті практично немає фольклорних за походженням, не кажучи вже про відбиття язичницьких ритуалів, які знаходимо на стінах Софії Новгородської. Чому так сталося, які риси світогляду причити і прихожан Софії Київської відбиває це явище?

Щойно наведений висновок може бути надійно опертий на статистичні дані. Але коли дослідники знаходять у текстах XI–XIII ст. силабіку або «елементи силаботонізму», то варто нагадати про дуже вірогідну випадковість відповідного сполучення звуків і складів. Набагато надійніше виглядає віднесення деяких графіті до кондакарного вірша. Але ж не треба забувати, по-перше, про гіпотетичність взагалі такого ототожнення, а також про те, що може йтися лише про пристосування візантійського вірша до слов'янського мовного контексту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Винокур Г. О. О задачах истории языка / Г. О. Винокур. Избранные работы по русскому языку. Москва : Государственное учебно-педагогическое издательство Министерства просвещения РСФСР, 1959. С. 207–226.
2. Высоцкий С. А. Древнерусские надписи Софии Киевской XI–XIV вв. Вып. I. Киев : Наукова думка, 1966. 240 с.
3. Кожина М. Н. Стилистика историческая (диароническая) // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожин; члены редколлегии: Е. А. Баженова, М. П. Котюрова, А. П. Сковородников. 2-е изд., стереотипное. Москва : Флинта: Наука, 2011. С. 416–420.
4. Корнієнко В. Графіті Софії Київської XI – початку XVIII ст.: Інформаційний потенціал джерела. Київ : Видавничий дім «Слово», 2014. 320 с.

5. Назаревский А. А. О литературной стороне грамот и других документов Московской Руси начала XVII века. Киев : Издательство Киевского университета, 1961. 80 с.

6. Німчук В. В. Давньокіївські написи XI – XIII ст. // Писемність Київської Русі і становлення української літератури. Збірник наукових праць. Київ: Наукова думка, 1988. С. 24–32.

7. Огієнко І. Пам'ятки старослов'янські X–XI віків // Найважливіші пам'ятки старослов'янської мови. Т. V. Варшава : Zakl. Graficzne E. I K. Kozianskich, 1929. 493 с.

8. Позднеев А. В. Стихосложение древней русской поэзии // Scandoslavica. Т. 11. Copenhagen, 1965. С. 5–24.

9. Полное собрание русских летописей. Т. 1. Лаврентьевская летопись. Изд. 3-е, М. б. и., 1962. 534 с.).

10. Приселков М.Д. История русского летописания XI–XV вв. – Ленинград: Издательство «Дмитрий Буланин», 1996. С. 35–280.

11. Рождественская Т. В. Древнерусские надписи на стенах храмов: Новые источники XI—XV вв. Санкт-Петербург : Издательство Санкт-Петербургского университета, 1992. 166 с.

12. Рождественская Т. В. Надписи на фресках церкви Спаса на Нередице: графика и орфография // Новгородский исторический сборник. Вып. 8 (18). 800-летию Нередицы посвящается. Санкт-Петербург, 2000. С. 30–35.

13. Рождественская Т. В. Эпиграфические памятники Древней Руси X—XV вв. (Проблемы лингвистического источниковедения). Автореферат ... доктора филолог. наук. Санкт-Петербург, 1994. 40 с.

14. Росовецький С. К. Український фольклор у теоретичному висвітленні. Підручник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2008. 623 с.

15. Русанівський В. М. Історія української літературної мови. Підручник. Київ : АртЕк, 2001. 392 с.

16. Русская хрестоматия. Памятники древней русской и народной словесности, с историческими, литературными и грамматическими объяснениями и с словарем. Для средних учебных заведений / Сост. Федор Буслаев / Изд-во, без исправления. Москва : Типография Э. Миснера и Ю. Романа, 1894. 480 с.

17. Рыбаков Б.А. Древняя Русь, Сказания, былины, летописи. Москва : Издательство АН СССР, 1963. 360 с.

18. Свенцицкий І. Нариси про мову пам'яток староруського письменства XI віку // Учен. зап. Львовского гос. ун-та. 1948. Т. 7. Вопр. славянского языкознания. Кн. 1. С. 123–139.

19. Срезневский И. И. Древние памятники русского письма и языка (X — XIV веков). Общее повременное обозрение с палеографическими указаниями и выписками из подлинников и из древних списков / труд И. Срезневского. Санкт-Петербург : Типография Имп. Акад. наук, 1863. 1299 с.
20. Тарановский К. Формы общеславянского стиха в древнерусской литературе XI–XVIII вв. // *American Contributions to the Sixth International Congress of Slavists*. Prague, 1968. August 7–13. Vol. 1. *Linguistic Contributions*. Mouton, 1968. P. 1–3.
21. Успенский Б. А. История русского литературного языка (XI–XVII вв.). 3-е изд., испр. и доп. Москва : Аспект Пресс, 2002. 558 с.
22. Щепкин В. Н. Учебник русской палеографии. Москва : Наука, 1967. 224 с.

REFERENCES

1. Vynokur H. O. *About goals of language history* [O zadachakh ystoryy yazuka] / H. O. Vynokur. *Yzbrannue rabotu po russkomu yazuku*. Moskva : Hosudarstvennoe uchebno-pedahohycheskoe yzdatelstvo Mynysterstva prosveshcheniya RSFSR, 1959. S. 207–226.
2. Vusotskyi S. A. *Old Slavic graphitty in Kiev Saint Sofia Cathedral* [Drevnerusskiye nadpysy Sofyy Kyevskoi] XI–XIV vv. Vup. I. Kyev : Naukova dumka, 1966. 240 s.
3. Kozhyna M.N. *Historical stylistics (diachronical)* [Stylistyka ystorycheskaia (dyaronycheskaia)] // *Stylistycheskyi entsyklopedycheskyi slovar russkoho yazuka / pod red. M. N. Kozhynoi; chleny redkollehyu: E. A. Bazhenova, M. P. Kotiurova, A. P. Skovorodnykov*. 2-e yzd., stereotypnoe. Moskva : Flynta: Nauka, 2011. S. 416–420.
4. Korniienko V. *Graffiti of the Kiev Saint Sophia Cathedral in XI–XVIII: informational potential of the source* [Hrafiti Sofii Kyivskoi XI – pochatku XVIII st.: Informatsiinyi potentsial dzhherela]. Kyiv : Vydavnychiy dim «Slovo», 2014. 320 s.
5. Nazarevskyi A. A. *On literary aspect of the scrolls and different documents of the Moscovian Rus in the beginning of the XVII* [O lyteraturnoi storone hramot y druhykh dokumentov Moskovskoi Rusy nachala XVII veka]. Kyev : Yzdatelstvo Kyevskoho unyversyteta, 1961. 80 s.
6. Nimchuk V. V. *Old Kyiv scrypts XI–XIII* [Davnokiyivski napysy XI–XIII st.] // *Pysemnist Kyivskoi Rusi i stanovlennia ukrainskoi literatury*. Zbirnyk naukovykh prats. Kyiv: Naukova dumka, 1988. S. 24–32.

7. Ohienko I. *Old Slavic memorials X–XI* [Pamiatky staroslovianski X–XI vikiv] // Naivazhishchi pamiatky staroslovianskoi movy. T. V. Varshava : Zakl. Graficzne E. I K. Kozianskich, 1929. 493 s.
8. Pozdneev A. V. *Old Slavic Poetry* [Stykhoslozhenye drevnei russkoi poezyi] // Scandoslavica. T. 11. Copenhagen, 1965. S. 5–24.
9. *Complete collection of Russian chronicles* [Polnoe sobranie russkykh letopysei. T. 1.] Lavrentevskaia letopys. – M., 1962. – S. 256.
10. Pryselkov M.D. *History of the Russian chronicles X–XV* [Ystoriia russkoho letopysaniia X–XV vv.] – Lenynhrad: Yzdatelstvo «Dmytryi Bulany», 1996. S. 35–280.
11. Rozhdestvenskaia T. V. *Old Slavic scripts on the church walls: new sources XI–XV* [Drevnerusskye nadpisy na stenakh khramov: Novue ystochnyky XI–XV vv]. Sankt-Peterburh : Yzdatelstvo Sankt-Peterburhskoho unyversyteta, 1992. 166 s.
12. Rozhdestvenskaia T. V. *Scripts on fresco in church of Spasa na Neredytse; graphics and orthography* [Nadpisy na freskakh tserkvy Spasa na Neredytse: hrafyka y orfohrafyia] // Novhorodskiy ystorycheskyy sbornyk. Vup. 8 (18). 800-letyiu Neredytsu posviashchaetsia. Sankt-Peterburh, 2000. S. 30–35.
13. Rozhdestvenskaia T. V. *Epigraphical memorials of the Kyiv Rus X–XV (issues of the linguistic source study)* [Epyhrafycheskye pamiatnyky Drevnei Rusy X–XV vv. (Problemu lynchvystyetskoho ystochnykovedeniia)]. Avtoreferat ... doktora fyloloh. nauk. Sankt-Peterburh, 1994. 40 s.
14. Rosovetskyi S. K. *Ukrainian folklore in theoretical illumination. The textbook*. [Ukrainskyi folklor u teoretychnomu vysvitlenni. Pidruchnyk]. Kyiv : VPTs «Kyivskiy universytet», 2008. 623 s.
15. Rusanivskiy V. M. *History of the Ukrainian literary language* [Istoriia ukrainskoi literaturnoi movy. Pidruchnyk]. Kyiv : ArtEk, 2001. 392 s.
16. *Russian chrestomathy* [Russkaia khrestomatyiia]. Pamiatnyky drevnei russkoi y narodnoi slovesnosti, s ystorycheskymy, lyteraturnymy y hrammatycheskymy ob'iasnennyiamy y s slovarem. Dlia srednykh uchebnukh zavedenyi / Sost. Fedor Buslaev / Yzd-vo, bez yspravleniya. Moskva : Typohrafyia E. Mysnera y Yu. Romana, 1894. 480 s.
17. Rubakov B.A. *Ancient Rus, tales, bylinas, chronicles* [Drevniaia Rus, Skazaniia, bulynu, letopysy]. Moskva : Yzdatelstvo AN SSSR, 1963. 360 s.
18. Svetsytskyi I. *Outlines of the Old Russian language memorials of the XI* [Narysy pro movu pamiatok staroruskoho pysmenstva XI viku] //

Uchen. zap. Lvovskoho hos. un-ta. 1948. T. 7. Vopr. slavianskoho yazukoznanyia. Kn. 1. S. 123–139.

19. Sreznevskiy Y. Y. *Ancient memorials of the Russian scribe and language (X–XIV)* [Drevnye pamiatnyky russkoho pysma y yazuka (X–XIV vekov)]. Obshchee povremennoe obozrenye s paleohrafycheskymy ukazanyiamy y vypyskamy yz podlynnykov y yz drevnykh spyskov / trud Y. Sreznevskoho. Sankt-Peterburh : Typohrafiya Ymp. Akad. nauk, 1863. 1299 s.

20. Taranovskiy K. *Forms of panslavic poetry in The Old Russian literature X–XVIII* [Formu obshcheslavianskoho stykha v drevnerusskoi lyterature X–XVIII vv.] // American Contributions to the Sixth International Congress of Slavists. Prague, 1968. August 7–13. Vol. 1. Linguistic Contributions. Mouton, 1968. P. 1–3.

21. Uspenskiy B. A. *History of the Russian literary language XI–XVII* [Ystoryia russkoho lyteraturnoho yazuka (XI–XVII vv.)]. 3-e yzd., yspr. y dop. Moskva : Aspekt Press, 2002. 558 s.

22. Shchepkyn V. N. *The Textbook on Russian paleography* [Uchebnyk russkoi paleohrafiy]. Moskva : Nauka, 1967. 224 s.

Дата надходження до редакції – 23.10.2017 р.

Дата затвердження редакцією – 16.11.2017 р.

УДК 811. 161.2:81'374

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

Овсейчик С.В.

ВАРІАНТНІСТЬ В УКРАЇНСЬКІЙ МИСТЕЦЬКІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Анотація. Варіантність є однієї з найбільш досліджуваних категорій сучасної лінгвістики, що пояснюється внутрішнім прагненням мови до постійного розвитку, і, відповідно, до постійних змін. Варіантність, у свою чергу, є формою існування предметів та явищ навколишньої дійсності,

зокрема й наукових понять, що визначає закони їхнього функціонування та взаємодії. У статті акцентується увага на важливості наукового філологічного опрацювання мистецької термінології – галузі знань, що в сучасних умовах бурхливо розвивається, набуваючи нових значень та форм. Розглянуто терміни-варіанти мистецької термінології, кодифіковані в українських фахових словниках. Вибір джерел зумовлено тим, що у в аналізованих словниках представлені сучасні знання з мистецтва, якими володіє людство у наш час. Саме словники відіграють значну роль у нормалізації мови, у піднесенні мовної культури, зокрема й серед фахівців, тому вони є вдачним матеріалом для аналізу варіантності в українській мистецькій термінології. Проаналізовано фонематичні, словотвірні, морфолого-фонематичні варіанти спеціальних одиниць. Визначено особливості їх адаптації в українській мові. З'ясовано, що серед причин виникнення фонематичних термінів-варіантів аналізованої термінології переважає тенденція до полегшення артикуляції засвоєного терміна; поява словотвірних термінів-варіантів зумовлена наявністю в українській мові різних словотвірних моделей та пошуком форм термінів, що найбільшою мірою відповідають сучасним продуктивним моделям термінотворення; функціонування морфолого-фонематичних термінів-варіантів пояснюється різним ступенем граматичної адаптації іношомовних мистецьких термінів. Також простежується дія аналогії, що властива усім трьом згаданим різновидам варіантності. Загалом, у статті йдеться про варіантність як один з актуальних процесів в упорядкуванні та стандартизації української мистецької термінології; визначено її суть та особливості реалізації у мові мистецтва.

Ключові слова: українська мова, варіантність, термін, термін-варіант, українська мистецька термінологія.

Інформація про автора: Овсейчик Станіслава Володимирівна – кандидат філологічних наук; асистент кафедри стилістики та мовної комунікації; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: stanislavaovs@gmail.com

Ovseichyk S.V.

VARIATION IN THE UKRAINIAN ART TERMINOLOGY

Abstract. *The article deals with the variant terms in normative aspect codified in Ukrainian art lexicography of the 21st century. Dictionary codification of variant terms indicates changing in the language and deliberate influence of the society on the development of terminological norm. Variation is a existence form of objects of the surrounding reality, in particular, of scientific concepts, which defines the laws of their function and interaction. The choice of sources is due to the fact that the selected dictionaries are represented modern art knowledge. Dictionaries play a significant role in the normalization of language, the spread of linguistic norms, and therefore they are a grateful and relevant material for the analysis of variation in the Ukrainian art terminology.*

The article focuses on the importance of the scientific philological study of art terminology – the field of knowledge, which is rapidly developing in modern conditions, acquiring new meanings and forms. The variant terms of the art terminology, codified in Ukrainian special vocabulary, are analyzed. Three types of variant terms, phonemic, derivational and morphological-phonemic units, are fixed in the Ukrainian art terminology. It was found out that among the reasons for the occurrence of phonemic variant terms of the analyzed terminology tends to facilitate articulation of the learned term; the appearance of derivation of variant terms is conditioned by the presence of various derivative models in the Ukrainian language and the search for forms of terms that correspond most closely to modern productive models of term derivation; functioning of morphological-phonemic variant terms is explained by different degrees of grammatical adaptation of foreign-language art terms. It also traces the effect of an analogy inherent to all three of the varieties mentioned. In general, the article discusses the essence of the problem of terminological variation as one of the most relevant processes in the regulation and standardization of the Ukrainian art terminology.

Key words: *Ukrainian language, variantion, term, variant term, the Ukrainian art terminology.*

Information about author: *Ovseichyk Stanislava Volodumirivna – PhD; assistant of the department of stylistics and language communication; Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.*

E-mail: stanislavaovs@gmail.com

Овсейчик С.В.

ВАРИАНТНОСТЬ В УКРАИНСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА

***Аннотация.** Вариантность является одной из наиболее исследуемых категорий современной лингвистики, что объясняется внутренним стремлением языка к постоянному развитию, и, соответственно, к постоянным изменениям. Вариантность, в свою очередь, является формой существования предметов и явлений окружающей среды, в том числе и научных понятий, тем самым она определяет законы их функционирования и взаимодействия. В статье акцентируется внимание на важности научного филологического исследования терминологии изобразительного искусства – области знаний, которая в современных условиях активно развивается, приобретая новые значения и формы. Изучены термины-варианты, кодифицированные в украинских специализированных словарях. Выбор источников исследования обусловлен тем, что в выбранных словарях представлены современные знания по искусству. Проанализированы фонематические, словообразовательные, морфолого-фонематическое варианты специальных единиц. Определены особенности их адаптации в украинском языке. Выяснено, что среди причин возникновения фонематических терминов-вариантов можно назвать тенденцию к облегчению артикуляции исходного термина; появление словообразовательных терминов-вариантов связано с наличием в украинском языке различных словообразовательных моделей и поиском форм терминов, наиболее соответствующих современным принципам и законам терминообразования; функционирование морфолого-фонематических терминов-вариантов объясняется разной степенью грамматической адаптации иноязычных терминов изобразительного искусства. Также в исследуемой терминологии украинского языка прослеживается действие аналогии, присущее всем трем упомянутым типам вариантности. В целом, в статье раскрыто понятие вариантности в терминологии, выделены типы терминов-вариантов терминологии изобразительного искусства, определены причины их возникновения и особенности их адаптации в украинском языке.*

***Ключевые слова:** украинский язык, вариантность, термин, термин-вариант, терминология изобразительного искусства.*

Інформація про автора: *Овсейчик Станіслава Володимирівна* – кандидат філологічних наук, асистент кафедри стилістики і мовної комунікації; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронний адрес: stanislavaovs@gmail.com

Сучасний етап культурного розвитку соціуму характеризується якісними змінами, зумовленими науково-технічними й суспільними перетвореннями. Прискорені темпи культурного й науково-технічного прогресу, інтенсивні дослідження в галузі мистецької проблематики й розроблення на їхній основі новітніх інтелектуальних технологій пізнання дійсності супроводжуються входженням науки, техніки й мистецтва в усі сфери людської діяльності. Стрімка інтелектуальна еволюція людини, а також зміна економічної, політичної, культурної ситуації в країні, стрімкі соціокультурні перетворення, які по-новому впливають на комунікативні сфери, сприяють виникненню великої кількості по-новому інтерпретованих явищ, понять, об'єктів, породжують інші актуальні форми суспільних відносин між людьми, передусім у культурі. Своєю чергою величезний потік інформації та нових знань у сучасних умовах розвитку соціуму є потужним чинником появи мовних одиниць, зокрема й мистецько-термінологічних.

Термінологія української мови, як це і властиво високорозвиненим мовам, характеризується постійним розширенням свого складу. Дослідники-лінгвісти, працюючи з відповідними поняттями та категоріями, використовують різні за структурою і семантикою терміни, які потребують фахового аналізу в категоріях спеціальних наукових парадигм.

З цього погляду на увагу заслуговує мистецька термінологія, яка стрімко поширюється в культурному середовищі, впливає на масову свідомість і водночас становить динамічну терміносистему, співмірну за

природою й функціональними характеристиками з іншими терміносистемами сучасної української літературної мови.

Термінологічна база образотворчого мистецтва кінця ХХ ст. – початку ХХІ ст. активно поповнюється, як відомо, новими термінами-словами та термінами-словосполученнями, вивчення структури та семантики яких сприятиме подальшій систематизації галузевих одиниць і створюватиме оптимальні передумови для укладання спеціалізованих фахових словників та посібників. Зауважимо, що дослідження варіантності термінів як одного з аспектів унормування сучасних українських терміносистем, є сьогодні надзвичайно актуальним. З цього погляду, українська мистецька терміносистема, незважаючи на продуктивність наукового термінознавства, ще не була об'єктом окремого комплексного аналізу й потребує, на нашу думку, всебічного наукового опрацювання. Проте окремі аспекти мистецької термінології було висвітлено у працях І. Василяйко [2], Б. Михайлишина [5], Н. Поліщук [7], І. Хархан [9] та ін.

Метою нашої статті є аналіз особливостей реалізації варіантності в українській мистецькій термінології. Об'єктом дослідження постає система мистецьких термінів, зафіксована у відповідних українських лексикографічних джерелах. Предметом дослідження стали терміни-варіанти української мистецької термінології.

Варто відзначити, що у термінології обґрунтуванню засад теорії варіантності присвячені праці К. Я. Авербуха, Л.Г. Боярової, В.П. Даниленко, І.М. Кочан, В.М. Лейчика, О.А. Радченко та ін. Так, зокрема, І.М. Кочан визначає варіантність термінів як “множинність засобів вираження того самого значення”, а тому, на думку дослідниці, “синоніми також можна вважати варіантами терміна” [3, с. 14]. Аналогічною є думка В.М. Лейчика, який вказує, що “термін – це у багатьох випадках – сукупність варіантів, а кожен варіант можна назвати термом. Варіанти термінів, що входять до сукупності термів, відрізняються один від одного окремими ознаками або функціями зі збереженням тотожності сутності цих об'єктів” [4, с. 74–75]. Проте деякі дослідники тлумачать поняття

варіантність інакше. Так, зокрема, Т.В. Михайлова, О.І. Радченко під термінами-варіантами розуміють “тотожні за значенням спільнокореневі термінологічні одиниці, що розрізняються деякими розбіжностями знакової форми в межах того самого домінанта: місцем наголосу, фонемами, афіксами або їхнім поєднанням” [6, с. 79–80; 8, с. 118]. На наш погляд, такий підхід є логічним, і дозволяє розрізнити синонімію та варіантність.

Терміни-варіанти в нашому аналізі розуміємо як спільнокореневі мовні одиниці з однаковим планом змісту, що мають певні модифікації плану вираження і реалізуються в українській мистецькій термінології у таких різновидах:

1. *Фонематичні терміни-варіанти*. Як стверджує Л. Г. Боярова, цей різновид варіації полягає у тому, що фонема втрачає фонологічне протиставлення, зберігаючи свої фізіолого-акустичні ознаки й маючи дистинктивне значення, а отже, не виконує смислорозрізнявальної функції [1, с. 191]. До цього різновиду варіантів відносимо й терміни, що різняться кількістю фонем (*андеграунд*, *андерграунд* [ОМ-ЕІС, с. 28]; *вохра*, *охра* [ДУМ, с. 133]; *доломан*, *долман* [ДУМ, с. 213]; *заболонь*, *оболонь* [ДУМ, с. 239]; *кіч*, *кітч* [ОМ-ЕІС, с. 223]; *ктитор*, *титор* [ОМ-ЕІС, с. 246]; *перформенс*, *перфоменс* [ОМ-ЕІС, с. 350]; *сграфіто*, *графіто* [МКТС, с. 168] та ін.).

Зауважимо, що фонематичні варіанти мають як іншомовні мистецькі терміни (*акант*, *аканф* [МКТС, с. 16]; *алфіс*, *алфіш* [ОМ-ЕІС, с. 20]; *антитема*, *антифема* [ОМ-ЕІС, с. 32]; *бідермаєр*, *бідермеєр* [ОМ-ЕІС, с. 67]; *блінд*, *блінт* [ОМ-ЕІС, с. 72]; *кратер*, *кратир* [ДУМ, с. 350]; *кустодія*, *кустодій* [ОМ-ЕІС, с. 250]; *маскарон*, *маскерон* [ОМ-ЕІС, с. 275]; *абрис*, *обрис* [ОМ-ЕІС, с. 7] та ін.), так і терміни автохтонного походження (*вуйош*, *вуйш* [ДУМ, с. 134]; *гердан*, *гардан* [ДУМ, с. 147]; *дзбан*, *жбан* [ДУМ, с. 205]; *керсетка*, *корсетка* [ДУМ, с. 297]; *клепання*, *клипання* [ДУМ, с. 322]; *кужівка*, *кужілка*

[ДУМ, с. 359]; *макітра, макотра* [ОМ-ЕІС, с. 268]; *лощення, лоціння* [ОМ-ЕІС, с. 261], *луження, лудження* [ОМ-ЕІС, с. 262] та ін.).

2. *Словотвірні терміни-варіанти*. Це форми того самого терміна, які відрізняються морфемною структурою за умови спільного кореня, лексичного та граматичного значень. В українській мистецькій термінології зафіксовано словотвірні варіанти іншомовних одиниць (*анод, анодос* [ОМ-ЕІС, с. 29]; *аномалія, аномальність* [ОМ-ЕІС, с. 30]; *варіативність, варіабельність* [ОМ-ЕІС, с. 89]; *наративність, нарація* [ОМ-ЕІС, с. 307]; *жад, жадеїт* [ДУМ, с. 234]; *калам, каламус* [ОМ-ЕІС, с. 208]; *подій, подіум* [МКТС, с. 139] та ін.) та власне українських термінів (*вибілювання, відбілювання* [ОМ-ЕІС, с. 95]; *довбання, видовбування* [ДУМ-2, с. 213]; *глек, глечик* [ОМ-ЕІС, с. 131]; *викладання, викладанка* [ДУМ-2, с. 105]; *куманець, куман* [ДУМ-2, с. 359]; *мереживання, мереження* [ОМ-ЕІС, с. 270]; *плетіння, плетиво* [ОМ-ЕІС, с. 358]; *обруб, обрубовка* [ОМ-ЕІС, с. 327]; *набійка, набивка* [МКТС, с. 110]; *ливар, ливарник* [ОМ-ЕІС, с. 254]; *насічка, насікання* [ОМ-ЕІС, с. 311].

3. *Морфолого-фонематичні терміни-варіанти*. У фахових термінологічних словниках кодифіковано також варіанти, що різняться родом, і змінення цієї категорії стосується того компонента слова, який має граматичне значення (в аналізованих мистецьких термінах це закінчення). Варіювання закінчення зумовлює зміну категорії терміна, що змінює тип відміни й характер узгодження з цим словом. Погоджуємося з думками Л.Г. Боярової та Н.В. Хруцької про те, що зміна роду терміна пов'язана з певною трансформацією мовної одиниці, а саме з наявністю/відсутністю фонем в її плані вираження, то варіанти різняться не лише родовою характеристикою, але й кількісним складом звукових типів, тому такі модифікації слів слід кваліфікувати саме як морфолого-фонематичні, а не просто як морфологічні варіанти [1; 10]. В аналізованій українській терміносистемі такий різновид варіантності представлений здебільшого запозиченими одиницями, пор.: *абак, абака* (верхня частина капітелі колони, що має форму чотирикутної плити)

[ОМ-ЕІС, с. 6]; *азулеж, азулежо* (португальські розписні порцелянові плитки яскраво-блакитного кольору або з синім кобальтом по білому тлі) [ОМ-ЕІС, с. 14]; *альбарелі, альбарело* (вид виробів розписної італійської майоліки доби Відродження XV-XVI ст.) [ОМ-ЕІС, с. 20]; *метоп, метопа* (прямокутна кам'яна плита, часто прикрашена рельєфними зображеннями) [МКТС, с. 101]; *люнет, люнета* (арочний проріз у склепінні або стіні, обмежений горизонталлю) [ОМ-ЕІС, с. 263]; *пінака, пінакс* (давньогрецька розмальована плитка) [ОМ-ЕІС, с. 354]; *сангіна, сангін* (олівці для малювання у вигляді паличок червоного або червоно-брунатного кольору) [МКТС, с. 166]; *стека, стек* (інструмент скульптора, який використовується під час ліплення з глини та ін. м'яких матеріалів) [МКТС, с. 174] та ін.

Акцентні та орфографічні терміни-варіанти в досліджуваних джерелах не виявлено. Цей факт дозволяє стверджувати, що ці різновиди варіантності не властиві українській мистецькій термінології.

Підсумовуючи, зазначимо, що серед причин виникнення фонематичних термінів-варіантів аналізованої термінології можна назвати тенденцію до полегшення артикуляції (*інокопъ, інакопъ* [ОМ-ЕІС, с. 201]; *клаузула, клаузура* [ОМ-ЕІС, с. 201]; *ктитор, титор* [ОМ-ЕІС, с. 246]) та вплив територіальних діалектів (*дзбан, жбан* [МКТС, с. 205]; *корсетка, керсетка* [МКТС, с. 341]; *кужівка, кужілка* [МКТС, с. 359]).

Поява словотвірних термінів-варіантів зумовлена наявністю в українській мові різних словотвірних моделей та пошуком форм термінів, що найбільшою мірою відповідають сучасним продуктивним моделям термінотворення, пор.: *грунтовка, грунтування* [ОМ-ЕІС, с. 147]; *дамаскування, дамаскінаж* [ОМ-ЕІС, с. 150]; *дифівка, дивування* [ОМ-ЕІС, с. 160], *корегування, коректура* [ОМ-ЕІС, с. 232] та ін.

Функціонування морфолого-фонематичних термінів-варіантів пояснюється різним ступенем граматичної адаптації іншомовних мистецьких термінів (*багет, багета* [ОМ-ЕІС, с. 231]; *клуазон, клуазоне* [ОМ-ЕІС, с. 231] та ін.). Також варто назвати дію аналогії в усіх трьох згаданих різновидах варіантності (*грифон, гриф* [ОМ-ЕІС, с.143]; *брока, брокат, брокатель* [ОМ-ЕІС, с. 77]; *кахель, кахля, кафель* [ОМ-ЕІС, с.217] та ін.), що пояснюється самим статусом терміна як мовної універсалії.

Отже, проведений аналіз мистецьких термінів засвідчує наявність доволі розгалуженої системи паралельних номінацій, що зумовлено самим процесом формування української мистецької терміносистеми. Практика вживання двох (а подекуди і трьох) варіантів мовної одиниці, переконує у доцільності і необхідності подальшого вивчення цієї проблеми. На нашу думку, дослідження причин та особливостей вияву варіантності сприятиме унормуванню і стандартизації аналізованої терміносистеми, а також дозволить частково усунути її під час лінгвістичної уніфікації термінів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Боярова Л.Г. Терміни-варіанти в українській загальномовній лексикографії: нормативний аспект. *Термінологічний вісник*. Київ, 2013. Вип. 2(1). С.189 – 195.
2. Василяйко І.Ю. Лексико-семантичні відношення в українській термінології кіномистецтва. *Термінологічний вісник*. Київ, 2013. Вип. 2(3). С.113 – 119.
3. Кочан І. Варіанти і синоніми термінів з міжнародними компонентами. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. Серія “Проблеми української термінології”. 2008. № 620. С.14 – 19.
4. Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура. Москва: ЛИБРОКОМ, 2009. 256 с.
5. Михайлишин Б.П. Парадигматические связи и функциональные особенности украинской терминологии (антонимические и синонимические отношения): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02. Київ, 1990. 17 с.

6. Михайлова Т.В. Семантичні відношення в українській науково-технічній термінології: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Харків, 2002. 218 с.

7. Поліщук Н. Мистецька термінологічна лексика в газетному тексті (на матеріалі газет “Дзеркало тижня”, “Газета по-українськи”, “Високий замок”, “Скрина”). *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія “Проблеми української термінології”*. 2012. № 733. С. 216 – 222.

8. Радченко О.І. Мовна норма і варіантність в українській науковій термінології: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Харків, 2000. 203с.

9. Хархан І. Мистецька термінологія в текстах друкованих ЗМІ (на прикладі журналу “ART-Ukraine”. *Стиль і текст*. 2013. Вип. 14. С. 278 – 286.

10. Хруцкая Н.В. Конкуренция сосуществующих вариантов языковых единиц в процессе эволюции литературной нормы (лингвопрогностический аспект): монографія. Київ: Освіта України, 2008. 372 с.

ДЖЕРЕЛА

ДУМ-2 – Декоративно-ужиткове мистецтво. Словник: у 2 т. / Я.П. Запаско; І.В. Голод та ін. Львів: Афіша, 2000. Т.1 364 с.; Т.2. 399 с.

МКТС – Ничкало С.А. Мистецтвознавство: короткий тлумачний словник. Київ: Либідь, 1999. 208 с.

ОМ-ЕІС – Образотворче мистецтво: Енциклопедичний ілюстрований словник-довідник /упор. А. Пасічний. Київ: Факт, 2007. 680 с.

REFERENCES

1. Boyarova L.H. Term variants in the Ukrainian general lexicography: normative aspect [Terminy-varianty v ukrayins'kiy zahal'nomovniy leksykohrafiyi: normatyvnyy aspekt]. *Terminolohichnyy visnyk*. Kyiv, 2013. Vyp. 2 (1). P.189 – 195.

2. Vasylyayko I.U. Lexico-semantic relation in the Ukrainian terminology of cinema art. [Leksyko-semantychni vidnoshennya v ukrayins'kiy terminolohiyi kinomystetstva]. *Terminolohichnyy visnyk*. Kyiv, 2013. Vyp. 2 (3). P.113 – 119.

3. Kochan I. Variants and synonyms of terms with the international components. [Varianty i synonimy terminiv z

mizhnarodnymy komponentamy.] Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politehnika". Seriya "Problemy ukayins'koyi terminolohiyi". 2008. № 620. P. 14 – 19.

4. Leychyk V.M. Terminology: subject, methods, structure. [Termynovedenye: predmet, metody, struktura]. Moskva: LYBROKOM, 2009. 256 p.

5. Mykhaylyshyn B.P. Paradigmatic relations and functional features of the Ukrainian terminology of fine arts (antonymic and synonymous relations) [Paradyhmatycheskye svyazy y funktsional'nye osobennosty ukayns'koy termynoleksyky yzobrazitel'noho yskusstva (antonymycheskye y synonymycheskye otnosheniya)]: avtoref. dys. ... kand. fylol. nauk: 10.02.02. Kyiv, 1990. 17 p

6. Mykhaylova T.V. Semantic relations in the Ukrainian scientific technical terminology [Semantychni vidnoshennya v ukayins'kiy naukovo-tekhnychniy terminolohiyi]: dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.01. Kharkiv, 2002. 218 p.

7. Polishchuk N. The art terminological vocabulary in the newspaper text (on the material of the newspapers "Dzerkalo tyzhnya", "Hazeta po-ukayins'ky", "Vysokyy zamok", "Skrynya") [Mystets'ka terminolohichna leksyka v hazetnomu teksti (na materialy hazet "Dzerkalo tyzhnya", "Hazeta po-ukayins'ky", "Vysokyy zamok", "Skrynya")]. Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politehnika". Seriya "Problemy ukayins'koyi terminolohiyi". 2012. № 733. P. 216 – 222.

8. Radchenko O.I. Norm and variantion in the Ukrainian scientific terminology: [Movna norma i variantnist' v ukayins'kiy naukoviy terminolohiyi]: dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.01. Kharkiv, 2000. 203 p.

9. Kharkhan I. Art terminology in the printed media (on the example of the ART-Ukraine magazine [Mystets'ka terminolohiya v tekstakh drukovanykh ZMI (na pryklady zhurnalu "ART-Ukraine")]. Styl' i tekst. 2013. Vyp. 14. P. 278 – 286.

10. Khrutskaya N.V. Competition of coexisting variants of linguistic units in the process of the language norm evolution (lingvo-prognostic aspect) [Konkurentsyya sosushchestvuyushchykh varyantov yazykovykh edynyts v protsesse évol'yutsyy lyteraturnoy normy (lynhvoprohnostychesky aspekt)]: monohrafiya. Kyiv: Osvita Ukrayiny, 2008. 372 p.

RESOURCES

DUM-2 – Dekorativno-uzhytkove mystetstvo. Slovyk: u 2 t. / YA.P. Zapasko; I.V. Holod ta in. L'viv: Afisha, 2000. T.1 364 s.; T.2. 399 s.

МКТ·S – Nychkalo S.A. Mystetstvosnavstvo: korotkyy
tlumachnyy slovnyk. Kyiv: Lybid', 1999. 208 s.

ОМ-ЕІS – Obrazotvorche mystetstvo: Entsyklopedychnyy
ilyustrovanyy slovnyk-dovidnyk /upor. A. Pasichnyy. Kyiv: Fakt,
2007. 680 s.

Дата надходження до редакції – 23.10.2017 р.

Дата затвердження редакцією – 16.11.2017 р.

МЕДІЙНА ПРОБЛЕМАТИКА
В МОДЕРНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

УДК 811.161.2:371

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

П`ятецька О.В.

**ЛІНГВІСТИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛЬОВІ
ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКИХ РЕКЛАМНИХ ПОСТІВ У
СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ FACEBOOK**

***Анотація.** У статті проаналізовано лінгвістичні та функціонально-стильові особливості рекламних постів у соцмережі Facebook на прикладі діяльності українського рекламного агентства "Kiwi Agency", метою якого є активізація процесу продажу й надання різних комерційних послуг на медіаринку; визначено основні екстралінгвальні чинники, які впливають на мовну організацію цього жанру інтернет-комунікації. Встановлено, що рекламні агентства, які здійснюють рекламну кампанію через соціальну мережу Facebook, залучають до свого складу SMM-менеджерів, копірайтера та графічного дизайнера. Основними вимогами до створення рекламних постів є унікальність тексту, лаконічність, креативність, адаптованість до цільової аудиторії, експресивність, зрозумілість і легкість у сприйнятті інформації, закличність (call -to -action), відповідність тексту та його візуальної частини. Проведений аналіз рекламних публікацій дав можливість виокремити їхні головні функції, з якими пов'язані їхні структурно-змістові особливості: контактну, закличну, інформаційно-розважальну, соціальну, пізнавальну; з'ясувати найважливіші екстралінгвальні фактори написання постів, до яких належать: мета й комунікативні завдання, адаптованість до цільової аудиторії, інфопривід, вплив інших мов і культур тощо, які зумовили вживання в рекламних публікаціях англіцизмів, неологізмів, утворених від назви бренду іграшок чи аббревіатури магазину «Будинок Іграшок», яка обігрується різними варіантами: повторами, алітерацією, графічними засобами, римуванням; демінутивів і лексем з афіксами збільшеної ознаки, вигуків, звуконаслідувань, імперативно-вокативних і номінативних синтаксичних конструкцій; використання*

.....

прийомів мовної гри та алюзійності – упізнаваності користувачами соцмережі Facebook текстів, створених за аналогією з мультфільмами й відомими піснями. У статті зроблено висновки, що сьогодні в мові інтернет-реклами як ефективного маркетингового інструменту спостерігаються активні процеси словотворення, тенденція до спрощення синтаксичних конструкцій, зростання ролі візуальних засобів, змішування стилів.

Ключові слова: *пост, рекламне агентство, соціальна мережа Facebook, інтернет-комунікація, функції рекламного посту, екстралінгвальні чинники.*

Інформація про автора: *П'ятецька Ольга Василівна — кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри стилістики та мовної комунікації; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.*

Електронна адреса: *ovimavo@i.ua.*

Pyatetska O.V.

LINGUISTIC AND FUNCTIONAL-STYLE FEATURES OF UKRAINIAN ADVERTISING PUBLICATIONS IN THE SOCIAL NETWORK OF FACEBOOK

Abstract. *The article analyzes the linguistic and functional-style features of advertising posts in the social network of Facebook on the example of the Ukrainian advertising agency "Kiwi Agency", whose purpose is to increase the process of selling and providing various commercial services on the media market; the main extralinguistic factors that influence the linguistic organization of this genre of Internet communication are determined. It has been established that advertising agencies that carry out an advertising campaign through the social network Facebook, attract SMM managers, copywriter and graphic designer. The main requirements for the creation of advertising posts are the uniqueness of the text, creativity, adaptability to the target audience, expressiveness, easiness of perception of information, call - to - action, correspondence of the text and its visual part. The conducted analysis of advertising publications made it possible to distinguish their main functions, which their structural and content features are related to: contact, call, information-entertaining, social, cognitive; find out the most important extralinguistic factors of the writing of posts, which include: purpose and*

communication tasks, adaptation to the target audience, information media, the influence of other languages and cultures, etc., which led to the use englishisms, neologisms, created from the name of the brand of toys or abbreviation of the store "House of Toys", which is played by various variants: repetitions, alliteration, graphic means, rhyming, lexemes with affixes of an enlarged sign, exclamations, isotopes, imperative-vocative and nominative syntactic constructions; the use of speech techniques and allusions - the recognition of users of social media Facebook texts created by analogy with cartoons and famous songs. The article concludes that today in the language of Internet advertising as an effective marketing tool there are active processes of word formation, the tendency to simplify syntactic constructions, the growth of the role of visual means, mixing of styles.

Key words: post, advertising agency, social network Facebook, Internet communication, functions of advertising post, extralinguistic factors.

Information about the author: Pyatetska Olga Vasylivna — PhD, associate professor; associate professor of the department of stylistics and linguistic communication; Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.

E-mail: ovimavo@i.ua.

Пятецкая О.В.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТИЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ УКРАИНСКИХ РЕКЛАМНЫХ ПОСТОВ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK

Аннотация. В статье проанализированы лингвистические и функционально-стилевые особенности рекламных постов в соцсети Facebook на примере украинского рекламного агентства "Kiwi Agency", целью которого является активизация процесса продажи и предоставления различных коммерческих услуг на медиарынке; определены основные экстралингвистические факторы, которые влияют на языковую организацию этого жанра интернет-коммуникации. Установлено, что рекламные агентства, которые осуществляют рекламную кампанию через социальную сеть Facebook, привлекают в свой состав SMM-менеджеров, копирайтера и

.....

графического дизайнера. Основными требованиями к созданию рекламных постов является уникальность текста, лаконичность, креативность, адаптированность к целевой аудитории, экспрессивность, ясность и легкость в восприятии информации, призыв к действию (call - to - action), соответствие текста и его визуальной части. Анализ рекламных публикаций позволил выделить их основные функции, с которыми связаны их структурно-содержательные особенности: контактную, призывную, информационно-развлекательную, социальную, познавательную; выяснить важнейшие экстралингвистические факторы написания постов: цель и коммуникативные задачи, адаптированность к целевой аудитории, инфоповод, влияние английского языка и т.п., которые обусловили употребление в рекламных публикациях англицизмов, неологизмов, образованных от названия бренда игрушек или аббревиатуры магазина «Будынок Игрушек», обыгрываемая различными вариантами: повторами, аллитерацией, графическими средствами, рифмовкой; деминутивов, восклицаний, звукоподражаний, императивно-вокативных и номинативных синтаксических конструкций; использование приемов языковой игры и аллюзийности - узнаваемости пользователями соцсети Facebook текстов, созданных по аналогии с мультфильмами и известными песнями. В статье сделаны выводы, что сегодня в языке интернет-рекламы как эффективного маркетингового инструмента наблюдаются активные процессы словообразования, тенденция к упрощению синтаксических конструкций, возрастание роли визуальных средств, смешивания стилей.

Ключевые слова: пост, рекламное агентство, социальная сеть Facebook, интернет-коммуникация, функции рекламного поста, экстралингвистические факторы.

Информация об авторе: Пятецкая Ольга Васильевна — кандидат филологических наук; доцент кафедры стилистики и языковой коммуникации; Институт филологии; Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко.

Электронный адрес: ovitavo@i.ua.

Сьогодні Інтернет як особливе комунікативне середовище посідає одне з чільних місць у житті суспільства. Цей засіб спілкування зумовив появу нової мережевої мови, зробивши її цікавим дослідницьким об'єктом для лінгвістичних

спостережень на різних рівнях: лексико-семантичному, граматичному, стилістичному тощо.

Розробка проблем інтернет-комунікації в аспектах лінгвостилістики, культурології, гендерних особливостей, жанрових форматів, феномену віртуальної мовної особистості висвітлено в працях українських і зарубіжних учених: Л.Ф.Компанцевої, О.В.Лутовинової, О.О.Землякової, О.І.Горошко, С.В.Заборовської, Л.В.Назарової, А.Г.Аврамової, Т.В.Шмельової, Ф.Котлер, Д.Крістал та багатьох інших дослідників.

Однак сфера рекламної комунікації, яка здійснюється за допомогою рекламних агентств через соцмережі, наразі залишається ще недостатньо вивченою фахівцями різних наукових галузей, що й зумовлює актуальність обраної теми.

Серед головних завдань рекламних агентств на медіаринку є просування товарів, пошук потенційних покупців і споживачів продукції, встановлення та утримання контакту з цільовою аудиторією. За визначенням маркетологів «реклама – це відгалуження масової комунікації, в руслі якого утворюються і поширюються інформативно-образні, експресивно-сугестивні тексти, адресовані групам людей з метою спонукати їх до потрібних рекламодавцю вибору й вчинку» [4, с.57].

Репрезентована стаття має на меті проаналізувати лінгвістичні та функціонально-стильові особливості рекламних постів у соцмережі Facebook, а також визначити екстралінгвальні чинники, що впливають на вибір мовних засобів цього жанру текстів.

Для ефективного проведення рекламної кампанії через соцмережі Facebook, цільова аудиторія користувачів якої з кожним днем зростає, рекламні агентства залучають до свого складу SMM – менеджерів, які керують відповідними проектами та генерують креативні ідеї щодо створення контенту; копірайтера, що відповідає за написання усіх публікацій (постів) і наповнює офіційний сайт агентства; графічного дизайнера, який готує якісний та унікальний фото та відеоконтент.

Основні вимоги, що висуваються до написання рекламних постів, – це:

- унікальність текстів;
- креативність;
- лаконічність;
- адаптованість до цільової аудиторії;
- експресивність;
- закличність (у кожному пості міститься call-to-action);
- зосередження уваги не на описі товару, а на емоціях, які він має викликати;
- зрозумілість і легкість у сприйнятті;
- відповідність тексту та його візуальної частини: картинки, відео тощо.

Варто зазначити, що структура й змістове наповнення рекламних публікацій нерозривно пов'язані з їхніми функціями. Аналіз постів у соцмережі Facebook дав можливість виокремити:

- контактну функцію, яка полягає в тому, що текст має привернути увагу адресата, встановити з ним контакт, а також бути оціненим як цікавий та інформаційно корисний;

- закличну функцію – її реалізаторами є «не тільки прямі заклики, а й підбір певних фактів, прийомів, які в конкретній ситуації змушують діяти, ... стимулюють до дії» [3, с. 115]. Такі пости нерідко мають експресивне забарвлення та емоційну напругу;

- пізнавальну функцію – рекламний текст надає інформацію про товари, комерційні послуги, бренд, фірму тощо;

- інформаційно-розважальну;

- соціальну – інформуючи суспільство про товари та послуги, рекламні повідомлення (пости) відображають й соціальні, культурні цінності, стереотипи, стиль життя та менталітет народу на певному етапі розвитку соціуму.

Як приклад, розглянемо пости українського рекламного агентства «Kiwi Agency» в соціальній мережі Facebook, що стосуються сфери дитячих товарів, зокрема найбільшої мережі

магазинів «Будинок Іграшок», та визначимо екстралінгвальні чинники, які мотивують вибір лексичних, словотворчих, морфологічних, стилістичних та інших мовних засобів у текстах.

Для створення рекламної публікації та успішної реалізації рекламної кампанії важливими умовами й екстралінгвальними факторами є окреслення мети та комунікативних завдань, які дають можливість відповісти на головні питання: що має зробити реклама для користувачів, які емоції вона викликає та на які дії спонукає; адаптованість до цільової аудиторії (для «Будинку Іграшок» – це батьки, родичі, хрещені, що бажають придбати подарунки своїм дітям, рідше – колекціонери іграшок), інфопривід (свята та різні заходи), вплив інших мов і культур, зокрема англійської.

Проведений аналіз публікацій рекламного агентства «Kiwi Agency» показав, що мова рекламних постів поповнюється новими лексемами за рахунок:

1) англіцизмів, переважно в неперекладеному варіанті:

- Ця іграшка must have в арсеналі вашої дитини [6].
- Нарешті дочекалися! Крутезно-чорні знижки захопили полицки з усіма популярними брендами іграшок. Поспішайте, Black Friday у Бі розпочато! [6].
- Love-lov'ять святкові знижки до -26% на мімішно-м`які іграшки у Бі! [6].

2) творення слів від назв іграшок чи назви магазину «Будинок Іграшок», наприклад: Зброя Бластер Nerf – нерфити (стріляти, змагатися), нерфер (дитина як учасник гри).

• Досвідчені нерфери підтверджують: з таким крутезним бластером Nerf три страйк знімати іграшки з ялинки значно веселіше☺

• Мамо, я допоможу тобі занерфити всі-всі іграшки з новорічної ялинки ☺ [6].

Від назви «Будинок Іграшок» утворилися прикметник бібішний, -а, -е, -і та аббревіатура БІ, які обігруються різними варіантами (через алітерацію, повтори, графічні засоби, римування):

- Ще бібібільше сюрпризів!
- Омріяні ляльки L.O.L. сяюча та L.O.L. сюрприз уже з'явилися у Бі та чекають на своїх маленьких власниць ☺
- Поспішайте дарувати радість ☺ [6].
- Величезного ведмедика з Бі подарую я сьогодні тоБі!
- Друзі, радісно вітаємо вас з днем усіх закоханих! ☺
- А що ви подарували своїм половинкам? [6].
- Наші бібішні друзі, ми вітаємо вас із цим святом!
- ПриБіп! (замість привіт) ☺ [6].
- Бігом Біжіть у Бі [6].
- Нічого соБі! Новий конкурс у Бі! [6];
- 3) основоскладання та словоскладання, внаслідок чого з'являються прикметники з емоційно-оцінним значенням, наприклад: «веселково-сяюче вбрання», «казково-довге волосся», «крутезно-чорні знижки», «таємно-чорна операція», а також іменники-неологізми:
- Обережно! В зимові канікули можливі напади ліні, залежність від мультиків та невгамовне шоколадопоїдання [6].
- Принцесодні: знижки до -20% на улюблені Barbie. Завітайте у Бі на радісні Принцесодні! [6];
- 4) інших словотворчих засобів, зокрема суфіксів пестливості: -к, -ечк, -очк, -есеньк, -ісіньк, -юсіньк, -оньк, -еньк; суфіксів згрублості та збільшеної ознаки: -езн, -озн, -ущ, -ющ, які формують експресивне стилістичне значення:
- Ці веселі м'якенькі рюкзачки дуже зручно брати малечі на прогулянку...[6].
- Усі дітки люблять турбуватися про своїх домашніх улюбленців. А з таким набором робити це легко і весело ☺ Вирушайте на прогулянку разом з Barbie та її розумним цуценятком, коли ж повернетесь додому – нагодуйте песика смачною кісточкою☺ Подаруйте малечі радість за святковою знижкою [6].
- Страшезна красуня точно стане прикрасою в монстрозній колекції! Здивуйте своїх шанувальниць і придбайте ексклюзивну ляльку в Бі [6].

● Як щодо крутезних дівчачих посиденьок? Веселі собачки Lucky точно знають, як їх влаштувати! А яка з цих бібішок сподобалась би вашій донечці? [6].

До морфологічних і синтаксичних особливостей рекламних постів для «Будинку іграшок» належать активне використання імперативу, зокрема імперативно-вокативних конструкцій, питальних, окличних речень у поєднанні з вигуками та звуконаслідуваннями, які несуть особливе смислове навантаження на початку та в кінці публікацій, виконуючи контактну та закличну функції:

● Агов, друзі, є тут хто живий?☺

А ну швиденько розповідайте Бі, які подаруночки отримали ваші дітки? Нам дуже цікаво☺ [6].

● Лайфхак! Тепер усі старші сестрички знають, що подарувати молодшим!☺

Стильну лялечку-сестричку Baby Born, адже з нею так весело!

Дивувати? Так разом з Бі! [6].

● Бі-буль-буль! Пориньте в казковий морський світ разом з Barbie!Яскраве вбрання, розкішне волосся, чарівний хвостик – така красуня- русалонька точно стане улюбленицею кожної дівчинки [6].

● Ухтии! Barbie серії «Рухайся як я» повторить будь-які рухи за активною дівчинкою! Гімнастика, йога, біг – лялечка все це зробить з легкістю!

Даруйте особливу ляльку з Бі – дивуйте своїх маленьких спортсменок [6].

Мовна економія, розмитість кордонів між усним і писемним мовленням, яке все більше набуває рис розмовного і частково художнього стилів в інтернет-комунікації, зумовили активне вживання в рекламних постах односкладних номінативних речень. Ці синтаксичні конструкції, нерідко поширені означеннями з різною семантикою, надають текстам стилістичних відтінків невимушеності, оцінності, експресивності, образності. Іноді автори рекламних публікацій вдаються до прийому алюзійності, асоціативної гри,

.....

упізнаваності користувачами соцмережі текстів, створених за аналогією з відомими піснями, мультфільмами:

●Шкільна книга. Окуляри. Діадема. Так, це суперстильний образ лялечки Дарлінг Чармінг, яка вже готова повернутись до шкільних занять.

Здивуйте свою доню новою лялькою з Бі за приємною знижкою!

(асоціація з піснею гурту «Время и Стекло»: «Сломанная лапка. Ожерелье. Диадема...» [6].

●Так. Зосередитись. Швидкість. Я – швидкість! Легендарний блискавка Макквін вже готовий до шалених змагань за звання чемпіона. Ну що,сміливці, поганяємо? (перше речення – цитата, яка звучить на початку мультфільму «Тачки») [6].

●Найчорніші знижки. Улюблені іграшки. Хлопчачі посмішки. Це Black Friday у Бі [6].

●Неперевершена сеньйорита Скеліта Калаверас! Знайомтеся! Її улюблене хобі – підбирати яскраві вбрання, які нікого не залишать байдужими♥ [6].

● Крутезний сімейний вечір = вечір гри в «Alias»! Швидко пояснюйте слова, кмітливо відгадуйте та ведіть свою команду до перемоги! Встигніть придбати улюблену гру за акційною знижкою у Бі [6].

● Кііі-я!Супербойова пропозиція! Тільки з 12.03 по 1.04 купуйте набори LEGO NINJAGO за вигідною ціною у Бі та крутезно заощаджуйте [6].

Отже, на прикладі рекламних постів, створених українським рекламним агентством «Kiwi Agency» для компанії «Будинок Іграшок», можна зробити висновки, що соціальні мережі, де користувачі спілкуються у вільному режимі, стають все більш привабливими та ефективними інструментами в маркетинговій діяльності фірм і підприємств. Саме інтернет-реклама дозволяє українським рекламодавцям встановити контакт з цільовою аудиторією, підвищити її лояльність, збільшити чисельність підписників. При цьому у мові рекламної інтернет-комунікації спостерігаються активні процеси

словотворення, широке вживання англіцизмів, графіко-орфографічні прийоми, тенденція до спрощення синтаксичних конструкцій, зростання ролі візуальних засобів інформації: фото, відео, gif-анімації; змішування різних стилів: розмовного, художнього, епістолярного тощо. Пунктуаційні знаки та емотикони (смайли) використовуються відповідно до функціонально-змістового призначення поста. Домінантними екстралінгвальними факторами, які впливають на вибір мовних засобів, є мета й завдання створення рекламної публікації, адаптованість до цільової аудиторії, через яку відбувається вплив на масову мовну свідомість загалом. Потреба в оперативному й динамічному висвітленні рекламної інформації зумовлює появу щоденних публікацій в соцмережах, які репрезентують багатий ілюстративний матеріал та відкривають перспективи для подальших лінгвістичних досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Горошко Е.И. Интернет-технологии сквозь призму языкового сознания (гендерный анализ). Вопросы психолингвистики. 2006. №4. С. 53 – 68.
2. Компанцева Л.Ф. Интернет-лінгвістика: підручник. Луганськ, 2012. 300 с.
3. Серажим К.С. Текстознавство: підручник. 2-е видання. Київ, 2012. 527 с.
4. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. 2-е изд. СПб, 2002. 304 с.
5. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge, 2004. 272 p.

ДЖЕРЕЛА

6. <http://www.facebook.com/igrashky.ua>

REFERENCES

1. Goroshko E.I. Internet technologies through the prism of language consciousness (gender analysis). [Internet-tekhnologii skvoz' prizmu yazykovogo soznaniya (gendernyy analiz)]. Questions of psycholinguistics. 2006. No. 4. p. 53 - 68.
2. Kompantseva L.F. Internet Linguistics [Internet-linhvistyka:] : Textbook. Lugansk, 2012. 300 p.

3. Serazhim K.S. Textual studies [Tekstoznavstvo]: Textbook. 2nd edition. Kiev, 2012. 527 p.
4. Uchenova V.V., Staryh N.V. Advertising history [Istoriya reklamy]. 2-nd ed. SPb, 2002. 304 p.
5. Crystal D. Language and the Internet [Mova ta Internet]. Cambridge, 2004. 272 p.

RESOURCES

6. <http://www.facebook.com/igrashky.ua>

Дата надходження до редакції – 23.10.2017 р.
Дата затвердження редакцією – 16.11.2017 р.

УДК 811.161.2:81`42

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

Левко О.В.

АКСІОЛОГІЧНИЙ СТАТУС ЛЕКСЕМ ЦНОТЛИВИЙ, ЦНОТЛИВІСТЬ І ЦНОТА В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Анотація. У статті досліджено вживання лексем цнотливий, цнотливість і цнота в українському політичному медіадискурсі, проаналізовано оцінну семантику, якої набувають "лексеми цнотливості" у медійних текстах суспільно-політичної тематики у прямому та переносному узусі. Виявлено, що значення та оцінка лексем цнотливий, цнотливість і цнота в українському медіадискурсі варіюється залежно від суб'єкту або об'єкту, атрибутом яких вони виступають. Визначено, що на позначення тілесної чистоти, незайманості як переважно жіночої чесноти "лексеми цнотливості" вживаються у позитивному або нейтральному значенні і лише зрідка набувають іронічного звучання, що свідчить про традиційно християнські уявлення про цнотливість як морально-етичну цінність в українському медіадискурсі. Окрім абстиненції від інтимних стосунків цнотливість як чеснота чоловіків і жінок актуалізує семи "скромність", "порядність", "моральність", "честь", "гідність",

отримуючи контекстуальне звучання як добродієність загалом. Простежено, що цнотливий як характеристика тілесного контакту вказує на його ніжність, пристойність, романтичність та відсутність розбещеності, що позитивно оцінюється мовцями в українських медіатекстах. Встановлено, що вживання "лексем цнотливості" у суспільно-політичному контексті як атрибуту держави та публічних інститутів зумовлене когнітивною метафорою, у якій сферою-донором виступає жінка або інтимні стосунки. Мовна оцінка "лексем цнотливості" варіюється від позитивної до дуже негативної, причому в останньому випадку вони набувають значень "застій", "зашиореність", "обмеженість", "ідеологічна заангажованість", "консерватизм", "відсутність реформ". Негативних конотацій набувають "лексем цнотливості" у випадку їх атрибуції мистецтву, літературі та кінематографу, актуалізуючи при цьому семи "відсутність прогресу", "відсталість". У прямому сенсі цнотливість як відсутність надмірного еротизму та моральної розбещеності у художніх творах і кінокартинах оцінюється здебільшого позитивно в українських суспільно-політичних медіатекстах.

Ключові слова: політичний медіадискурс, аксіологія, семантика, цнотливість, цнота, цінності, категорія оцінки.

Інформація про автора: Левко Олександр Вадимович – кандидат філологічних наук; доцент кафедри загального мовознавства, класичної філології та неоелліністики; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса:

Levko O.V.

AXIOLOGICAL STATUS OF LEXEMES ЦНОТЛИВИЙ, ЦНОТЛИВІСТЬ AND ЦНОТА IN UKRAINIAN MEDIA DISCOURSE

Abstract. The paper addresses the use of the words цнотливий, цнотливість and цнота in the Ukrainian political media discourse, with a particular focus on the evolution of the "chastity words" semantics in the Ukrainian language, based on social and political publications of the internet portals "Dzerkalo tyzhnja", "Ukrajinskij Tyzhden", "Ukrajinska

Pravda". The canon of Christian virtues, established in the Middle Ages, is no longer accepted unquestioningly by modern society, and thus it is not surprising to see an ambivalent attitude to certain religious ascetic virtues, e.g. chastity, humility, piety etc. It is revealed that evaluative semantics of the "chastity words" in the Ukrainian political media discourse varies for different reference groups such as "women", "men", "girls", "boys", "state", "politicians", "language", "literature", "art" and "cinema". When denoting female virtue, the "chastity words" have positive and neutral connotations. It is shown that chastity as a virtue of men and women is synonymous in the Ukrainian media discourse to modesty, decency, morality, honor, dignity and virtue. "Chaste" as a characteristic of an intimate contact indicates its tenderness and decency, which is positively assessed by the participants of communication in Ukrainian political media discourse. The use of the "chastity words" as an attribute of government and public institutions is conditioned by a cognitive metaphor, where the source domain is a woman or an intimate relationship. The language evaluation of the "chastity words" ranges from positive to extremely negative in the political media texts: in the latter case they acquire negative evaluative meanings "stagnation", "limitation", "ideological engagement," "conservatism," "lack of reform." Sometimes the "chastity words" acquire negative connotations when attributed to art, literature and cinema, actualizing the semes "lack of progress", "backwardness". In a literal sense, chastity as absence of excessive eroticism and moral debauchery in art and films is evaluated positively in the Ukrainian social and political media discourse.

Key words: political media discourse, axiology, semantics, chastity, values, category of evaluation.

Information about author: Levko Oleksandr Vadymovych – PhD; associate professor of the department of general linguistics, classical philology and Hellenic studies; Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.

E-mail:

Левко А.В.

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ СТАТУС ЛЕКСЕМ ЦНОТЛИВИЙ, ЦНОТЛИВІСТЬ И ЦНОТА В УКРАИНСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Аннотация. В статье исследуется употребление лексем *цнотливий*, *цнотливість* и *цнота* в украинском политическом медиадискурсе, анализируется оценочная семантика "лексем целомудрия" в медиатекстах общественно-политической тематики в прямом и переносном употреблении. Выявлено, что значение и оценка лексем *цнотливий*, *цнотливість* и *цнота* в украинском медиадискурсе отличается в зависимости от референтной группы. Определено, что для обозначения телесной чистоты, девственности как преимущественно женской добродетели "лексемы целомудрия" употребляются в положительном или нейтральном значении и лишь изредка приобретают ироническое звучание, что свидетельствует о традиционном христианском представлении о целомудрии как морально-этической ценности в украинском медиадискурсе. Кроме абстиненции от интимных отношений целомудрие как добродетель мужчин и женщин актуализирует семы "скромность", "порядочность", "нравственность", "честь", "достоинство", получая контекстуальное звучание "добродетель в целом". Прослежено, что "целомудренный" как характеристика телесного контакта указывает на его нежность, приличие, романтичность и отсутствие распущенности, что положительно оценивается участниками коммуникации в украинских медиатекстах. Установлено, что употребление "лексем целомудрия" в общественно-политическом контексте для характеристики государства и публичных институтов обусловлено когнитивной метафорой, в которой сферой-донором выступает женщина или интимные отношения. Языковая оценка "лексем целомудрия" варьируется от положительной до очень негативной, причем в последнем случае они принимают значения "застой", "ограниченность", "идеологическая ангажированность", "консерватизм", "отсутствие реформ". Иногда "лексемы целомудрия" приобретают негативные коннотации в случае их атрибуции искусству, литературе и кинематографу, актуализируя при этом семы "отсутствие прогресса", "отсталость". В прямом смысле целомудрие как отсутствие чрезмерного эротизма и моральной распущенности в художественных произведениях и кинокартинах оценивается в основном положительно в украинских общественно-политических медиатекстах.

Ключевые слова: политический медиадискурс, аксиология, семантика, целомудрие, ценности, категория оценки.

Информация об авторе: Левко Александр Вадимович – кандидат филологических наук; доцент кафедры общего языкознания,

.....
*классической филологии и неоеллинистики; Институт филологии;
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко.*

Электронный адрес:

Зміна епох і світоглядних парадигм призводить до переосмислення морально-етичних цінностей, що позначається на їх мовній репрезентації. Лексеми з аксіологічною семантикою набувають нових сем, конотацій, а почасти й негативних оцінних значень. Усталений у Середньовіччі канон християнських чеснот уже не сприймається беззаперечно сучасним суспільством, тому не дивним видається формування інших пріоритетів у ієрархії чеснот демократичного суспільства. Відтак закономірним є амбівалентне ставлення до певних аскетичних або ж суто релігійних чеснот, наприклад, благочестя, смирення, цнотливості тощо.

Незважаючи на традиційно християнську оцінку цнотливості в українській лінгвокультурі дані міжнародного аксіологічного проекту *World Values Survey* (<http://www.worldvaluessurvey.org>), що проводить соціологічне дослідження цінностей у різних країнах з 1981 року, засвідчують неоднозначне сприйняття українцями цнотливості як дошлюбної незайманості. Також у міждисциплінарних дослідженнях постулюється зміна беззаперечного ставлення до цнотливості як чесноти у II пол. XX – поч. XXI ст. у зв'язку з сексуальною революцією і розвитком фемінізму [3; 4; 5; 8]. Тож, цнотливість як дошлюбна незайманість втрачає позиції серед головних чеснот сучасної людини у секулярному світі, що зумовлює інтерес науковців різних галузей знань до з'ясування її аксіологічного статусу.

Крім того, слід констатувати появу окремих лінгвістичних досліджень, присвячених питанням вербалізації уявлень про цнотливість у різних мовах. Так, у статті Л. Гонтарук проаналізовано семантичні зміни лексеми *цнота* в українській мові [1], а у статті Н. В. Майгур і А. А. Купавської проведена реконструкція денотативного ярусу концептуального поля "*Целомудрие*" у російській мові [2]. З огляду на амбівалентний характер сприйняття цнотливості як чесноти у сучасному світі

та спорадичне висвітлення семантики "лексем цнотливості" у мовознавчих працях, дослідження вживання лексем *цнотливість*, *цнотливий* та *цнота* в українському медіадискурсі видається актуальним.

Дана стаття має на меті дослідити, яких контекстуальних значень та якої мовної оцінки набувають "лексем цнотливості" у суспільно-політичних медіатекстах. Матеріалом дослідження стали публікації інтернет-видань "*Дзеркало тижня*", "*Українська правда*" та "*Український тиждень*". В результаті аналізу мовного матеріалу було відібрано 340 текстових уривків, з яких було сформовано корпус вживаності лексем "цнотливості" у медіадискурсі.

Цнотливість є традиційно християнською чеснотою, уявлення про яку сформувалися під впливом аскетичної традиції ще у ранньому християнстві та з плином часу були засвоєні національними лінгвокультурами внаслідок християнізації Європи і поширення книжного слова. Лексема *цнотливість* є відповідником старослов'янської лексеми *целомудрие*, яка у свою чергу є перекладом-калькою давньогрецької *σωφροσύνη*. Етимологія *σωφροσύνη* пов'язує означувану нею чесноту з когнітивною сферою, що підтверджується актуалізацією у класичну добу грецької античності таких значень *σωφροσύνη*, як "здоровий глузд", "поміркованість", "розсудливість", "самоконтроль" (*σωφροσύνη* походить від *σάος* "здоровий", "цілісний" та *φρήν* "розум") [7, с. 15]. Проте у християнську добу центральними стали "моральні" значення *σωφροσύνη*, пов'язані із сексуальною сферою, зокрема "невинність", "незайманість", "утримання від статевих стосунків", "дошлюбна чистота" [6, с. 110]. Ці ж семи актуалізовані у старослов'янській лексемі *целомудрие*, хоча й номінально вона зберігає зв'язок з розумом, здоровим глуздом, "цілісним мисленням" (стл. *цело-* відповідає гр. *σω-* "здоровий", "цілісний", а стл. *-мудр-* – гр. *-φρο-* "розум"). Попри етимологічну неспорідненість з *целомудрие* лексема *цнотливість* містить ті ж моральні семи у своєму значенні. І хоча традиційно в українській культурі та літературі цнотливість мала винятково позитивну оцінку, що виявлялося у

вкрай негативному ставленні до її втрати дівчиною до шлюбу (пор. негативні оцінні семи у лексемах *повія*, *покритка*, *потаскуха*, *шльондра* та ін.), проте у досліджуваному нами матеріалі було виявлено поряд з позитивними і негативні конотації у семантиці "лексем цнотливості".

За результатами нашого дослідження було визначено, що лексеми *цнотливий*, *цнотливість* і похідні вживаються у прямому і переносному значенні у медіатекстах суспільно-політичної тематики. Як правило, пряме або переносне вживання зумовлене тим, про який суб'єкт чи об'єкт дії йдеться у тексті. З огляду на це в утвореному нами корпусі було виділено декілька референтних груп, до яких застосовується "лексикон цнотливості": 1) людина у загальній атрибуції (11,8% вживань лексем цнотливості), 2) жінки і дівчата (35,4%), 3) чоловіки і юнаки (5,2%), 4) інтимні стосунки (5,4%), 5) держава і суспільство (29,1%), 6) мова (2,7%), 7) мистецтво, література і кінематограф (9%), 8) інше (1,4%). У випадку референтних груп 1-4 "лексеми цнотливості" вживаються переважно у прямому сенсі на позначення цнотливості як чесноти морального характеру, а у решті груп – відбувається перенесення дівочої цнотливості на інші суб'єкти з появою нових оцінних значень.

Загалом цнотливість як людська чеснота отримує позитивні оцінки в українському медіадискурсі. Синтагматична сполучуваність лексем *цнотливість* і *цнота* з назвами інших чеснот засвідчує аксіологічний статус цнотливості як морально-етичної цінності, наприклад: *вірність*, *цнотливість* і *скромність* (ДТ, 17.08.2007), *скромність*, *порядність*, *цнота* (ДТ, 10.10.2003), *честь* і *цнота* (ДТ, 16.01.2004), *цнота* і *гідність* (УП, 22.04.2010).

Лексеми цнотливості у сенсі жіночої цнотливості вживаються або у прямому значенні як інтимна абстиненція, утримання від тілесної близькості, або як моральна чистота, скромність. Позитивна маркованість жіночої цнотливості в українському медіадискурсі зумовлена традиційно християнськими цінностями української лінгвокультури. Частотними є словосполучення *втратити цноту* (ДТ,

10.10.2003), *позбутися цноти* (ДТ, 24.01.2014), *розлучитися зі своєю цнотою* (ДТ, 7.08.2009), *розпрощатися з цнотою* (ДТ, 10.10.2003), *зводити цнотливих* (ДТ, 1.04.2005), які вживаються на позначення інтимних стосунків дівчини до заміжжя і отримують винятково негативну оцінку у досліджуваних медіатекстах. Натомість словосполучення *берегти цноту / цнотливість* (ДТ, 29.12.2006, 29.12.2010), *бути скромною і цнотливою* (ДТ, 11.12.2009), *дбати про свою цнотливість* (УТ, 18.09.2015), *цнотлива жіночність* (ДТ, 9.02.2001), *цнотлива шляхетність* (ДТ, 9.11.2007) отримують позитивні конотації у значенні як свідчення високої моральності жінки і її відповідності традиційній культурі. Актуалізуються у медіадискурсі також такі семи жіночої / дівочої цнотливості як "скромна зовнішність", "строгість у вбранні / поставі". Отож, у проаналізованих нами уривках зустрічаємо такі слововживання: *цнотлива скромниця* (ДТ, 30.11.2001); *цнотлива довжина спідниць* (ДТ, 27.02.2004); *дівчина пливе, як лебідь, тонка, витончена, цнотлива* (ДТ, 15.03.2013).

Цнотливість як властивість чоловіків зустрічається рідше і переважно не стосується інтимної сфери. Відтак у лексемах *цнотливий, цнотливість* актуалізуються семи "скромність", "усвідомлення власного місця", "стриманість", "адекватна оцінка власних здібностей", "поміркованість", навіть "щирість і чистота думок та намірів", наприклад: *Борис Олійник, скромний і навіть цнотливий від природи, майже хворобливо сприймав найменшу похвалу на свою адресу* (ДТ, 20.07.2001); *У "Щоденниках" О. Гончара вражає якась чудодійна ясність, простота й водночас ускладненість думки, серафічна чистота і, сказати б, цнотливість духовного настрою автора* (ДТ, 15.07.2005). Цікаво, що наведені контекстуальні значення лексеми "цнотливість" перегукуються з семантикою християнської аксіології *σωφροσύνη*.

Вживання лексем цнотливості для характеристики інтимних стосунків не завжди зумовлене акцентом на абстиненції від них, натомість вказує на їх пристойність, романтичність, ніжність, навіть чистоту і незаплямованість.

Відтак у проаналізованому мовному матеріалі зустрічаємо такі синтагми: *тиха й цнотлива закоханість* (ДТ, 30.06.2006), *дитяча цнотливість двох юних душ* (ДТ, 13.08.2004), *романтика і цнотливість любовних стосунків* (ДТ, 22.02.2002), *зворушливо тримати один одного за руку і цнотливо цілуватися* (ДТ, 27.06.2002). Атрибуцію цнотливості може отримувати перший тілесний контакт, тобто йдеться не про повну абстиненцію, а про ніжність і пристойність, навіть певну сором'язливість в інтимних стосунках: *Не пропущено деяких подробиць першого в житті героїні спокушання, першого тілесного контакту (набагато, набагато цнотливішого, ніж в усередненому жіночому романі)* (ДТ, 14.12.2007).

Вживання лексем цнотливості у політичній сфері зумовлене перенесенням образу незайманої / невинної дівчини на країну, політичну силу тощо. У мовному матеріалі засвідчено вживання лексеми *цнотливий* на позначення України як цнотливої дівчини з негативно маркованими іронічними інтенціями, наприклад: *Тим паче що цнотлива дівка прямо у центрі Європи сама готова "трішки віддатися". Хоч і бідненька, без енергоносіїв, але ж молоде, гарне, та ще й на роздоріжжі* (ДТ, 30.07.2004); *Традиційно цнотлива Україна перетворилася на оптового постачальника "жертв громадського темпераменту" до всіх лапанаріїв (борделів) світу* (ДТ, 2.08.2002). У першому випадку йдеться про втрату цнотливості як про політичну продажність, відсутність власної гідності, у другому – актуалізується проблема сексуального рабства українських жінок (Україна постає як колективний образ українських дівчат).

У медіатекстах політичної тематики політичне насильство, протиправна діяльність політиків, корупція і несправедливість, авторитарність управління і використання адмінресурсу асоціюється із зґвалтуванням, інтимним насильством, зганьбленням дівочої цнотливості, а непорушність закону та верховенство права – з проявом цноти, наприклад: *Конституцію "зґвалтовано". І зроблено це з особливим цинізмом із допомогою органу, котрий зобов'язаний*

дбати про її "цнотливість", — Конституційного суду (ДТ, 4.02.2011); **Ідея позбавити Конституцію цнотливості** подобається далеко не всім (УП, 18.10.2001); Тому збройні змагання влади, страта диктатора й подальші заяви румунів про бажання швидко **відновити європейську цнотливість, зганьблену комуністами**, були сприйняті Європою зі стриманим ентузіазмом (ДТ, 24.12.2004); Мерзенне в цій історії не те, що наша богиня правосуддя виявилася **продажною** (ніхто й не вірив у її цнотливість) (ДТ, 21.05.2004).

Проте інколи лексема *цнотливість* отримує негативні конотації у політичних медіатекстах, стаючи синонімом до лексем *консерватизм*, *заскорузлість*, *застарілість*, зокрема, цнотливістю називається застій та відсутність реформ у певній сфері: Вона, по суті, єдина з-посеред інших сфер суспільних відносин **зберігає свою цнотливість** з радянських часів і практично не зазнала жодного серйозного реформування (ДТ, 10.11.2000); Йокая з Угорщини — **оплот консерватизму і цнотливості**. Це справді закрита система, яку чавунним лобом не проб'є жоден експериментатор або компілятор (ДТ, 2.06.2017); Сусідні Одеса й Крим рік у рік нарощували туристичну інфраструктуру, а **Миколаївщина, як дівка-перестарок, уперто берегла цноту** (ДТ, 8.08.2003).

У схожому вживанні зустрічаємо негативно марковане словосполучення *ідеологічна цнота / цнотливість*, яке має значення "ідеологічна зашореність", "ідеологічна однобокість", "ідеологічний ригоризм" і, як правило, описує радянське суспільство, наприклад: До газет посипалися організовані **"листи трудящих"**, статті придворних критиків, **оборонців ідеологічної цноти** і вічних шукачів крамоли, на кшталт академіка Шамоти з його двома **"підвалами"** в газеті **"Радянська Україна"** (ДТ, 28.07.2000).

Загалом позитивно марковане словосполучення *цнотливо чистий / недоторканий* отримує негативну оцінку у медіатекстах політичної та економічної тематики, коли йде мова, наприклад, про кредити чи банківську документацію.

Можна стверджувати про іронічне вживання даного словосполучення у наступних текстових уривках: *Навіть коли в середині 90-х за газ — о, жах! — довелося платити, українська влада знайшла "заміну" у вигляді **цнотливо чистої кредитної історії країни** та почала експортувати... облігації* (ДТ, 18.01.2013); *Коли розкривається фіктивне підприємство, від нього залишаються тільки банківські виписки. І вони виявляються **цнотливо чистими** стосовно процедури руху "технічних" цінних паперів* (ДТ, 26.10.2012); *А до такого будівництва в нас поки що ніхто не тільки не приступав, але й не збирався того робити. Отож, весь той час ті "мінімальні двадцять років" так і залишалися **цнотливо недоторканими*** (УП, 18.05.2011).

Лексема *цнотливий* набуває іронічних конотацій у політичному медіадискурсі, коли йдеться про фальшиву моральність політиків, удавану незаплямованість політичної репутації, політичну нечесність, відсутність сили духу, наприклад: *В існуючій системі не може бути і демократії, бо всі права — у олігархів, тому завжди буде диктатура грошових мішків, хіба що злегка прикрита **цнотливим "демократичним серпанком"*** (УП, 15.07.2013); *Тігіпко, котрому його політтехнологи грамотно провели рекламну кампанію, на яку повівся середній клас, просив, бачите, не підтримувати в другому турі нікого, щоб **залишитися політично "цнотливим"***. *У білій фаті, білих колготах та білих рукавичках* (УП, 12.03.2010); *У відповідь на пасаж Путіна наше МЗС **цнотливо опускає очі**: "Ми не коментуємо"* (УП, 29.12.2010); *Спочатку це були марші російських націоналістів, **цнотливо замасковані під хресні ходи**, й антиукраїнська агітація у храмах, а потім участь у гібридній агресії й задушевна співпраця з окупаційною владою* (УТ, 28.01.2018); *Невипадково регіонали **так цнотливо сформулювали своє гасло** — "Україна для людей"* (УТ, 4.11.2011); *Офіційна мова у нас вельми й вельми цнотлива: "антитерористична операція проти незаконних збройних формувань". Так, ніби йдеться про*

перестрілки поліцейських з наркокартелями десь в латиноамериканських факелах (УТ, 11.08.2016).

У проаналізованому нами мовному матеріалі у політичному контексті зустрічаються такі метафоричні сполуки з "лексемами цнотливості": *корупційна цнотливість* (УП, 30.03.2011), *політична цнота* (10.12.2004), *інформаційна цнотливість* (УП, 1.12.2002), *позбавити конституцію цнотливості* (УП, 18.10.2001), *цнотлива бездефіцитність бюджету* (ДТ, 1.12.2000), *втрата економічної цноти* (ДТ, 15.10.2004), *цнотлива історія української приватизації* (УП, 27.11.2000), які здебільшого набувають іронічного звучання.

У текстах суспільно-політичної тематики винятково негативної семантики набуває лексема *цнотливо* у словосполученнях *цнотливо промовчати* (ДТ, 26.06.2009), *цнотливо опускати очі* (УП, 29.12.2010), *цнотливо благословляти* (ДТ, 23.01.2009), *цнотливо цуратися* (ДТ, 10.12.2004), *цнотливо вдавати* (24.12.2008), *цнотливо говорити* (УТ, 16.03.2015), які стають синонімами слабкодухості, святенництва, підступності, боягузливості, брехні.

Цнотливість мови сприймається як відсутність нецензурних висловлювань, чистота мови. У такому випадку лексеми цнотливості отримують позитивні конотації: *У когось виникне запитання, мовляв, звідки взагалі матюки в українській мові? Адже є думка, що вона надзвичайно цнотлива, а нецензурична принесена "ззовні" — або з російської, або з татарської* (ДТ, 14.03.2008). Промовисто, що у всіх проаналізованих нами уривках цнотливий як атрибут української мови сприймається як її внутрішньо притаманна риса або як властивий атрибут української ментальності.

Цнотливість мистецтва, літератури і кінематографу сприймається амбівалентно у медіадискурсі. З одного боку, цнотливість позначає відсутність еротичних сцен, розбещеності та непристойностей у творі, отримуючи позитивні конотації у значенні. З іншого боку, цнотливість може інтерпретуватися як надмірна скромність і стриманість у зображенні образів та сцен, що, на думку авторів публікацій, лише псує твір та гальмує

розвиток літератури, мистецтва чи кінематографу, наприклад: *Сюжет — це витончена гра розуму, і дуже шкода, що наша занадто серйозна і цнотлива література не виробила традицій динамічної оповіді* (ДТ, 18.04.2003); *При такому "цнотливому" підході до неоднозначного сюжету і в самому спектаклі — таємниці немає, фінал банальний... (фінал взагалі не вирішений)* (ДТ, 27.04.2012).

Українська література, як і мова, у досліджуваних медіатекстах асоціюється з високим рівнем моральності і традиційно притаманною цнотою, що підтверджується вживанням лексеми *цнотливий* як її атрибуту: *Велика українська література XIX століття — і моральна, і гуманна, і цнотлива* (ДТ, 14.03.2008); *Почне говорити про любов української літератури до народу, про її цнотливість, державотворчу роль* (ДТ, 23.05.2003). Проте також зустрічаються випадки негативної маркованості лексем цнотливості на позначення літератури чи літературознавства: *Цнотливе радянське літературознавство "замулило" портрет Гоголя соціальною значущістю* (УТ, 27.03.2009).

Атрибуцію цнотливості отримує український глядач, митець, фільм, література, переклад, як правило, у зіставленні з іншими культурами, зокрема західною або російською. Наприклад, *цнотливий* як риса українського споживача / глядача набуває негативно маркованих сем "недосвідчений", "непрогресивний": *А слідом за західним споживачем готовий відгукнутися і ми — майже незайманий і дуже "цнотливий" — поціновувач сучасного мистецтва, який піддався спокусі подивитися на "найдорожчого" сьогодні художника, котрий виставляється в PinchukArtCentre* (ДТ, 24.04.2009); *Для цнотливої української публіки пропонуємо прослухати заспокійливу пісню про сімейні цінності на рустикальний мотив* (УП, 27.10.2005).

Отже, підсумовуючи вище сказане, варто зазначити, що значення та оцінка лексем *цнотливий*, *цнотливість* і *цнота* в українському медіадискурсі варіюється залежно від суб'єкту або об'єкту, атрибутом яких вони виступають. На позначення

тілесної чистоти, незайманості як переважно жіночої чесноти досліджувані лексеми вживаються у позитивному або нейтральному значенні і лише зрідка набувають іронічного звучання, що свідчить про традиційно християнські уявлення про цнотливість як морально-етичну цінність. Окрім абстиненції від інтимних стосунків цнотливість як чеснота чоловіків і жінок актуалізує семи скромність, порядність, моральність, честь, гідність, отримуючи контекстуальне звучання як доброчесність загалом. Цнотливий як характеристика тілесного контакту вказує на його ніжність, пристойність, романтичність та відсутність розбещеності, що позитивно оцінюється мовцями у медіатекстах. Відтак, цнотливість зберігає свій аксіологічний статус в українському медіадискурсі як чеснота.

Вживання "лексем цнотливості" у суспільно-політичному контексті як атрибуту держави та публічних інститутів зумовлене когнітивною метафорою, у якій сферою-донором виступає жінка або інтимні стосунки. Мовна оцінка "лексем цнотливості" варіюється від позитивної до дуже негативної, причому в останньому випадку вони набувають значень "застій", "зашореність", "обмеженість", "ідеологічна заангажованість", "консерватизм", "відсутність реформ". Також негативних конотацій набувають "лексеми цнотливості" у випадку їх атрибуції мистецтву, літературі та кінематографу, актуалізуючи при цьому семи "непрогресивність", "відсталість". У прямому сенсі цнотливість як відсутність надмірного еротизму та моральної розбещеності у художніх творах і кінокартинах оцінюється більшою мірою позитивно у досліджуваних медіатекстах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гонтарук Л. Українська семема в значеннєвій структурі полонізму *цнота* в українській лексиці поч. XVII ст. (на матеріалі творів Д. Наливайка). *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. Львів, 2004. Вип. 34 (II). С.74–78.
2. Майгур Н. В., Купавская А. А. Концептуальное поле "целомудрие": реконструкция денотативного яруса на основе синонимического ряда. *Вестник Адыгейского государственного*

.....
 университета. *Филология и искусствоведение*. Майкоп, 2016. №. 2 (177). С. 92–98.

3. Dias A. R. C., Machado C., Gonçalves M. From "Chastity as a gift" to "Doing it as a sign of love": A longitudinal analysis of the discourses on female sexuality in popular magazines in Portugal. *SAGE Open*. 2012. Vol.18. P. 1–13.

4. Gill R. Mediated intimacy and postfeminism: A discourse analytic examination of sex and relationships advice in a woman's magazine. *Discourse and Communication*. 2010. Vol. 3. P. 345–369.

5. Hust S., Brown J., L'Engle K. Boys will be boys and girls better be prepared: An analysis of the rare sexual health messages in young adolescents' media. *Mass Communication and Society*. 2008. Vol. 11. P. 3–23.

6. North H. *Sophrosyne: self-knowledge and self-restraint in Greek literature*. Ithaca, New York : Cornell University Press, 1966. 389 p.

7. Rademaker A. *Sophrosyne and the rhetoric of self-restraint polysemy & persuasive use of an ancient Greek value term*. Leiden : Brill, 2005. 375 p.

8. Ringrose J. Are you sexy, flirty, or a slut? Exploring sexualization and how teen girls perform / negotiate digital sexual identity on social networking sites. *New femininities: Postfeminism, neoliberalism and identity*. London, 2011. P. 99–116.

ДЖЕРЕЛА

ДТ – газета "Дзеркало тижня" (<http://dt.ua>).

УП – "Українська Правда" (<http://www.pravda.com.ua>).

УТ – "Український Тиждень" (<http://tyzhden.ua>).

REFERENCES

1. Hontaruk L. *Ukrainian sememe in the meaning structure of the polonism "tsnota" in Ukrainian vocabulary of the early XVII century (Based on D. Nalyvajko's works)* [Ukrajinska semema v znachennievij strukturi polonizmu tsnota v ukraïnskij leksytsi poch. XVII st. (na materialy tvoriv D. Nalyvajka)]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serija filolohichna*. Lviv, 2004. Vyp. 34 (II). S.74–78.

2. Maygur N. V., Kupavskaya A. A. *Conceptual field "chastity": reconstruction of a denotative layer on the basis of a synonymic row* [Kontseptualnoye pole "tselomudriye": rekonstruktsiya denotativnogo yarusy na osnove sinonimicheskogo ryada]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya i iskusstvovedeniye*. Maykop, 2016. №. 2 (177). S. 92–98.

3. Dias A. R. C., Machado C., Gonçalves M. From "Chastity as a gift" to "Doing it as a sign of love": A longitudinal analysis of the discourses on female sexuality in popular magazines in Portugal. *SAGE Open*. 2012. Vol.18. P. 1–13.

4. Gill R. Mediated intimacy and postfeminism: A discourse analytic examination of sex and relationships advice in a woman's magazine. *Discourse and Communication*. 2010. Vol. 3. P. 345–369.

5. Hust S., Brown J., L'Engle K. Boys will be boys and girls better be prepared: An analysis of the rare sexual health messages in young adolescents' media. *Mass Communication and Society*. 2008. Vol. 11. P. 3–23.

6. North H. *Sophrosyne: self-knowledge and self-restraint in Greek literature*. Ithaca, New York : Cornell University Press, 1966. 389 p.

7. Rademaker A. *Sophrosyne and the rhetoric of self-restraint polysemy & persuasive use of an ancient Greek value term*. Leiden : Brill, 2005. 375 p.

8. Ringrose J. Are you sexy, flirty, or a slut? Exploring sexualization and how teen girls perform / negotiate digital sexual identity on social networking sites. *New femininities: Postfeminism, neoliberalism and identity*. London, 2011. P. 99–116.

RESOURCES

DT – gazeta "Dzerkalo tyzhna" (<http://dt.ua>).

UP – "Ukrajinska Pravda" (<http://www.pravda.com.ua>).

UT – "Ukrajinskyj Tyzhden" (<http://tyzhden.ua>).

Дата надходження до редакції – 23.10.2017 р.

Дата затвердження редакцією – 16.11.2017 р.

УДК 811.161.2

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

Сизонов Д.Ю.

**«ЯКЩО КУЛЯ В ЛОБ...»: ПРО МАНІПУЛЯТИВНІ
ТАКТИКИ НОВИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ
ІДІОМАТИЧНОГО ХАРАКТЕРУ**

***Анотація.** У статті визначені маніпулятивні тактики та стратегії, які використовуються у ЗМІ за допомогою стилістичного потенціалу нової фразеології. Доводиться теза, що одним із базисів формування суспільно-політичної реальності за допомогою медіадискурсу є створення образів політичних діячів, формування якого відбувається в процесі залучення до політичної комунікації різноманітних стилістичних засобів, зокрема і різних типів фразеологізмів. На прикладі мовлення політичної фігури А. Яценюка подається аналіз фразеологізмів, якими досягається вплив на потенційний електорат. Нова політична фразеологія виникає у зв'язку із екстралінгвальними чинниками, особливо важливими серед яких є Помаранчева революція 2004 р. та Революція Гідності 2014 р. Аналізується інноваційна фразеологія, що виникає у зв'язку із розвитком світових суспільно-політичних подій, виборчих кампаній, описом військових конфліктів та ін. На прикладі яскравого фразеологізма ідіоматичного характеру «Якщо куля в лоб, то куля в лоб...», висловлена А. Яценюком під час Євромайдану, показуються моделі вдалого використання фразеологізм / трансформованого фразеологізма в політичних медіа з різною метою, передусім маніпулятивною. Доведено, що нова фразеологія є найпродуктивнішою саме у політичних ЗМІ, адже діє не на індивідуального, а на масового реципієнта. Серед найефективніших маніпулятивних тактик в політичних ЗМІ, в яких використовується інноваційна фразеологія, є тактика позитивного сприйняття (glittering generalities), тактика навішування ярликів (name calling), тактика смислової трансформації (semantic transfer), тактика вербальної алузії (verbal allusion) та ін. Роль фразеологічних інновацій в межах цих тактик настільки висока, що журналісти, використовуючи їх, досягають не стільки інформаційної, скільки маніпулятивно-стратегічної мети.*

Ключові слова: медійний фразеологізм, політична комунікація, медіалінгвістичний аналіз, маніпулятивні тактики, мова ЗМІ.

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

Електронна адреса:

Syzonov D.Y.

«IF A BULLET IN THE FOREHEAD...»: ABOUT MANIPULATIVE TACTICS OF NEW PHRASEOLOGISMS OF AN IDIOMATIC CHARACTER

Abstract. The article defines manipulative tactics and strategies used in media with the help of a stylistic potential of a new phraseology. The author argues that one of the bases for the formation of socio-political reality with the help of media discourse is the creation of images of political figures, the formation of which occurs in the process of involving into political communication various stylistic means, particularly, different types of phraseologisms. On the example of A. Yatsenyuk's speech an analysis of phraseologisms which influence the potential electorate is given. The new political phraseology arises due to extralinguistic factors, among which particularly important are the Orange Revolution of 2004 and the Revolution of Dignity of 2014. An innovative phraseology that emerges in connection with the development of world socio-political events, election campaigns, description of military conflicts etc. is analyzed. On the example of a vivid phraseologism of an idiomatic character "If a bullet in the forehead, then a bullet in the forehead", expressed by A. Yatsenyuk during the Euromaidan, the models of a successful use of a phraseologism / a transformed phraseologism in political media for different purposes, primarily manipulative, are shown. It is proved that the new phraseology is the most productive specifically in political media, as it acts not on an individual, but on a mass recipient. Among the most effective manipulative tactics in political media, where the innovative phraseology is used, are glittering generalities tactics, name calling tactics, semantic transfer tactics, verbal allusion tactics etc. The role of phraseological innovations within these tactics is so high that journalists who use them achieve not so much informational but a manipulative-strategic target.

Key words: mass media phraseological unit, political communication, mediolinguistic analysis, mass media language.

Information about author: Syzonov Dmytro Yurijovych – PhD, associate professor; associate professor of the department of the stylistics and language communication; Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.

E-mail:

Сизонов Д.Ю.

«ЕСЛИ ПУЛЯ В ЛОБ...»: О МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТАКТИКАХ НОВЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ ИДИОМАТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

Аннотация. В статье определены манипулятивные тактики и стратегии, которые используются в СМИ с помощью стилистического потенциала новой фразеологии. Доказано, что одним из базисов формирования общественно-политической реальности с помощью медиадискурса является создание образов политических деятелей, формирование которых происходит в процессе привлечения к политической коммуникации различных стилистических средств, в т.ч. различных типов фразеологизмов. На примере речи политической фигуры А. Яценюка подается анализ фразеологизмов, которыми достигается влияние на потенциальный электорат. Новая политическая фразеология возникает в связи с экстралингвальными факторами, особенно важными из которых являются Оранжевая революция 2004 и Революция Достоинства 2014 годов. Анализируется инновационная фразеология, которая возникла с развитием мировых общественно-политических событий, избирательных кампаний, военных конфликтов и др. На примере яркого фразеологизма идиоматического характера «Если пуля в лоб...» авторства А. Яценюка, появившаяся во время Евромайдана, показываются модели удачного использования традиционных фразеологизмов / трансформированных фразеологизмов в политических медиа в различных целях, в особенности манипулятивной. Доказано, что новая фразеология является самой продуктивной именно в политических СМИ, ведь действует не на индивидуального, а массового реципиента. Среди эффективных манипулятивных тактик в политических СМИ, в которых используется инновационная фразеология, является тактика

положительного восприятия (glittering generalities), тактика навешивания ярлыков (name calling), тактика смысловой трансформации (semantic transfer), тактика вербальной аллюзии (verbal allusion) и др. Роль фразеологических инноваций в пределах этих тактик настолько высока, что журналисты, используя их, достигают не столько информационной, сколько манипулятивно-стратегической цели.

Ключевые слова: *медиафразеологизм, политическая коммуникация, медиалингвистический анализ, манипулятивные тактики, язык СМИ.*

Информация об авторе: *Сизонов Дмитрий Юрьевич – кандидат филологических наук, доцент; доцент кафедры стилистики и языковой коммуникации; Институт филологии; Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко.*

Электронный адрес:

Домінантною рисою сучасного демократичного суспільства є його глобальна інформатизація, що виявляється в розгалуженій системі засобів масової комунікації та широкому функціональному потенціалі стилістичного ресурсу в них. Це виявляється і у системі політичних ЗМІ, які вважаються однією з ключових жанрово-тематичних систем сучасного інформаційного світу. На переконання О. Стишова, «суспільно-політичний дискурс варто розглядати як своєрідне інституційне середовище із притаманною йому субмовою – лексикою і термінологією, фразеологією, перифразами та багатьма іншими одиницями» [4, с. 19]. Політична комунікація має великий потенціал сугестії і становить значний інтерес для дослідників, адже правильна і коректна інтерпретація повідомлення, що викладається в політичному висловлюванні, є запорукою успішності й ефективності даного комунікативного акту.

Ми вважаємо, що на розвиток стилістичного ресурсу сучасних ЗМІ та їх широкі функціональні можливості впливають передусім екстралінгвальні критерії – розвиток суспільно-політичних подій в останні десятиліття (поява лексичних інновацій під час революцій – Помаранчевої 2004 р. та Гідності 2014 р., російсько-українських конфліктів 2005 р. та 2014 р., антитерористичної операції та операції об'єднаних сил

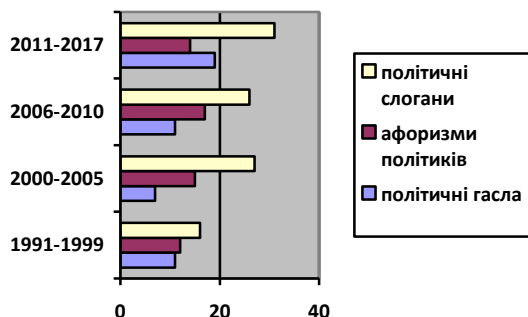
на Донбасі 2014-2018 рр. та ін.), виборчий процес в Україні, поява та розвиток нових політичних ЗМІ – друкованих та електронних, створення і активне просування нових політичних рухів, партій, громадських об'єднань тощо. Це все є причиною розширення функціонального потенціалу сучасної фразеосистеми української мови. Подібні екстралінгвальні критерії впливають і на світові мовні системи в контексті появи нових слів на позначення реалій суспільно-політичного життя. Використання неолексики, зокрема і неофразем, мають місце і в українських мовних реаліях для відображення світової політичної дійсності (*«арабська весна»*, *«жасминова революція»*, *«революція на граніті»*, *«човникова дипломатія»*, *«трояндова революція»* та ін.).

Одним із базисів формування суспільно-політичної реальності за допомогою медіадискурсу є створення образів політичних діячів, формування яких відбуваються в процесі залучення до політичної комунікації різноманітних стилістичних засобів, зокрема й інноваційних (під політичною комунікацією розуміємо «всеохопну соціальну надсистему з безперервним зв'язком між електоратом та політиками, що особливо актуалізується в передвиборчу кампанію» [1, с. 136]). Дослідивши у 2015-2016 рр. медіакомунікацію українських ЗМІ (див. наш словник нової лексики та фразеології [3]), ми дійшли висновку, що $\frac{1}{4}$ частина інноваційних одиниць – фразеологізми (97 з 388), більшість з яких належать політичній комунікації. Це говорить про те, що політичні ЗМІ виступають потужним джерелом для поповнення словника сучасної української мови неофразеологізмами без прив'язки до фонових знань реципієнтів чи часу виникнення.

Через те, що політична комунікація носить ретивальний характер, сучасний український політичний медіадискурс породжує багато фразеологізованих конструкцій, що використовуються як стратегії та тактики з маніпулятивною метою. У нашій статті ми спробуємо окреслити нові фразеологізми ідіоматичного характеру, що відображають

настрої та електоральні уподобання українців і виступають певним дзеркалом сучасної політичної реальності.

Для пошуку нових фразеологізмів, що продукує політична реальність, ми створили базу т.зв. політичних неофразеологізмів – фразеологічних інновацій, джерелом яких є сучасна політична комунікація, а саме: цитати українських політиків, що стали афористичними, слогани політичної реклами, гасла під час політичних подій. Загальна кількість зібраних фразеологізмів у медіа – 206, що відбивають час політичних реалій незалежної України. Більшість цих фразеологізованих конструкцій зафіксовані у 2000-х рр., що ілюструють нову українську політику XXI ст. (див. діаграму кількісних показників).

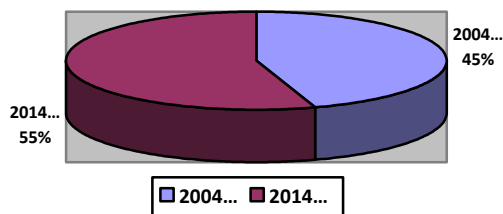


Варто наголосити на тому, що при віднесеності усталених конструкцій до фразеологізованих одиниць ми керувалися світовою лінгвістичною практикою трактування медійного фразеологізма – усталеної конструкції, що носить ідіоматичний характер (*media idiom*) і тиражується в масовій комунікації в нових мовних реаліях з урахуванням фонових знань реципієнтів (див. праці А. Бурхардта, П. Чілтона, О. Чудінова [5; 6; 7] та ін.). Західноєвропейську традицію в інтерпретації політичного фразеологізма не тільки як усталеної конструкції народно-поетичного походження, а й літературного (як ідіоматична одиниця, що відома широкій аудиторії реципієнтів) дотримуємося і ми. В даному контексті згадаємо функціонально-стилістичний підхід до тлумачення

фразеологізма у світовій лінгвістиці (див. роботи 80-90-х рр. В. Шанського, Ю. Апресяна, Р. Муна та ін.): «відтворювана в готовому вигляді мовна одиниця, що складається з двох і більше ударних компонентів вербального характеру, усталена за своєю семантикою, смислом та структурою» [7, с. 122]. Ми підтримуємо погляд американського дослідника Р. Муна щодо ідіоматичності фразеологізма за допомогою масового тиражування: це не стільки граматично усталена одиниця, скільки смислова, що має тенденцію до функціонального розширення значення та / чи подальшої стилістичної трансформації.

Керуючись методом медіамоніторингу, ми зафіксували у мінімум десяти політичних контекстах усталені словосполучення, які і віднесли до фразеологізмів (на основі ознак семантичної неподільності та граматичної стійкості). Для унаочнення політичного фразеологізма, що використовується з маніпулятивною метою, ми обрали близькі для сучасного реципієнта одиниці (2000-ті рр.). Такі інноваційні фразеоодиниці характеризуються підвищеною оцінністю та емоційно-експресивним забарвленням, що актуалізовані часом та комунікативною ситуацією.

Так, серед політичних неофразем ми виділяємо такі, які виникли в період двох пікових політичних подій сучасності – Помаранчевої революції 2004 р. та Революції Гідності 2014 р. Кількість зафіксованих неофразем приблизно однакова: 18 і 22 відповідно (в основному, політичні гасла та рекламні слогани): *Разом нас багато!*, *Бандитам – тюрми*, *Ці руки нічого не крали*, *помаранчеве майбутнє* (у зн. щасливе майбутнє), *Банду – геть* та ін. (2004 р.) і *Янукович під арешт*, *Юлі – волю*, *майданить країну* (у зн. виходити на мітинги; виходити на революцію), *палити шини* (у зн. виходити на протести; протестувати), *Жити по-новому*, *Героям – слава!* та ін. (2014 р.). Порівняймо наші дані:



Якщо говорити про функціональне навантаження нових фразеологізмів, то більшість із них використовувалося з маніпулятивною метою у ЗМІ в аналітичних статтях, що є логічним із погляду мети цієї групи жанрів і «передбачають аналітичний характер пропонованої інформації, пріоритетність компетентного, наукового осмислення проблеми чи процесу над простим інформуванням, констатацією факту» [2, с. 50]. Відповідно, і мета використання неофразем у подібних статтях визначена логічно – підсилювати емоційно медіатекст та впливати на масову свідомість усталеними комунікативними формулами. Щоб проілюструвати це, звернемося до фразеологізма ідіоматичного характеру **«Якщо куля в лоб, то куля в лоб»** (висловлена А. Яценюком під час Євромайдану: *Завтра підемо разом вперед. Якщо куля в лоб, то куля в лоб. Але чесно, справедливо і сміливо. Віктор Янукович, залишилось 24 години. Приймайте рішення – я своє рішення прийняв* [Євромайдан. Канал YouTube, 22.01.2014]). На підтвердження ідіоматичності висловлювання українського політика наведемо кілька контекстів світових ЗМІ: *As the opposition leader Arseniy Yatsenyuk put it at a recent rally, in a moment of bravado that has perhaps since passed, “We will go forward together. And if it’s a bullet in the forehead, then it’s a bullet in the forehead”* [TheAtlantic, 05.02.2014]; *Похоже, известная фраза, ставшая афористичной «Если пуля в лоб...» авторства оппозиционного политика Яценюка, имеет свой результат в рейтинговом плане* [Телеканал «Дождь», 06.02.2014]; *Dramat rozegrał się w pierwszym dniu obowiązywania ustaw – wzorowanych na tych z putinowskiej Rosji - które są wymierzone w niezależne demonstracje,*

organizacje pozarządowe i opozycję. - *Jeżeli kula w łeb, to kula w łeb*. Wiktorze Janukowyczu, zostały panu 24 godziny na decyzję! – wołał w środę wieczorem Arsenij Jaceniuk, lider Majdanu [Gazeta Wyborcza, 22.02.2014] та ін.

Протягом наступного року вислів політика був підхоплений і розтиражований як у друкованих (*Характерно, що виборці відвернулися від глави держави не в результаті якихось болісних реформ, які він проводить, це зовсім не горезвісна «куля в лоб», зовсім навпаки* [Слово і діло, 27.04.2018]; *Не можна кидати на вітер такі слова, як «куля в лоб»: ніхто не був зобов'язаний їти вгору по Інститутській, коли стріляли, ніхто не дорікав тим, хто не йшов, але якщо заявив, що підеш, то йди* [Українська правда, 4.05.2018]; *Навальний у Росії – як наш «куля в лоб»: кулуарність виборів РФ* [Нова хвиля, 11.03.2018]), так і в електронних ЗМІ (у вигляді Інтернет-мемів):





Використання усталеної конструкції «куля в лоб» вийшло за межі політичної комунікації і в певних контекстах навіть не пов'язується з прізвищем автора. Так, напр., у медіастаттях на мистецько-культурну, спортивну, освітню тематику цей фразеологізм вживається з метою емоційного забарвлення: *Для кого **куля в лоб**? Чому українці все менше вчать українську, а більше англійську* [Освіта.UA, 12.04.2017]; ***Куля в лоб**: хто і чому просуває ідею щодо вільного володіння українцями зброєю* [Україна молода, із заголовку, 05.08.2016]; ***Куля в лоб** для Лінареса: у Штатах обмінялися поглядами українець Ломаченко і венесуелець Х. Лінарес* [iSport, 12.05.2018] та ін.

За нашими спостереженнями, більшість авторів медіатекстів 2014-2017 рр. використовують номінацію «Куля в лоб» у якості перефрази політичного діяча А. Яценюка (Прем'єр-міністра України, лідера партії «Народний фронт» / «Батьківщина», экс-міністра в Уряді М. Азарова). Стилистична

оцінка, що вживається для номінації різноманітна – від позитивної до негативної, що є також маніпулятивною стратегією для електорату в умовах політичної кампанії. Пор.: *«Куля-в-лоб відставився»: Фотожабери троять відставку Яценюка* [Вголос, 11.04.2016]; *Куля в лоб важливий свідок в суді проти Газпрому , тому вирішили надавити* [Цензор.net, 28.03.2017]; *Як гостро контрастують Герої Небесної Сотні, що пішли на кулі, із тими, хто тільки обіцяв «кулю в лоб»* [ZiK, 26.02.2018], *«Куля в лоб» дісталася до парламенту* [Вголос, 07.04.2015] та ін.

Наголосимо, що подібного типу політичні фразеологізми можуть з легкістю виходити за межі стилю масової інформації і ставати частиною розмовного стилю (фактично відбувається реактивація засобів з політичної мови у мову електоральну): *Україна не Росія* (Л. Кучма), *Маємо те, що маємо* (Л. Кравчук), *Все пропало* (Ю. Тимошенко), *Донбас порожняк не гоне* (В. Янукович), *Вона працює* (Ю. Тимошенко), *Увімкни Україну* (В. Янукович), *Я і моя молода команда* (Л. Черновецький), *Любі друзі* (В. Ющенко) та ін.

Аналізуючи основні маніпулятивні тактики фразеологізмів ідіоматичного характеру в медіа, ми користувалися підходами, прийнятими в політичній лінгвістиці вченим Оксфордського університету Р. Муном [7]. На переконання дослідника в політичній комунікації застосовуються абсолютно всі тактики в межах маніпулятивних стратегій, що пояснюється первинною метою політичної мови – завоювати потенційний електорат. Таке «завоювання» можливе за допомогою стилістичного потенціалу інноваційного ресурсу (неолексем та неофразем) та його влучного використання у політичних медіатекстах. Отже, основними маніпулятивними тактиками, в яких використовується неофразеологія, за нашими спостереженнями, є:

- *тактика позитивного сприйняття (glittering generalities)*, що виявляється в заміні певних понять і явищ новими мовними одиницями та спричиненні подальшого позитивного ефекту у реципієнтів. Так, під час подій

Євромайдану 2014 р. з'явилися нові фразеологічні одиниці на позначення революційних дій, що сприймалися в мовній комунікації позитивно: *палити шини* (в зн. боротися за свободу), *майданить країну* (в зн. виходити на революція, боротися), *куля в лоб* (в зн. боротися до кінця) та ін. Подібного типу фразеологізми виникали і у світовому політичному дискурсі: *Оксамитова революція*, *«човникова дипломатія»*, *«Арабська весна»*, *війна компроматів* (див. більше ілюстративного матеріалу на позначення номінацій політичних подій, що фразеологізувалися у мовленні, у статті О. Стишова [4])

- **тактика навішування ярликів (name calling)** є однією з найефективніших не в одній медіастатті, а в комплексі, що виявляється в явищі інтертекстуальності. Фразеологізми виступають ярликовими одиницями, що спираються на актуальність та фоновість знань реципієнтів (згадаємо в цьому науковому контексті праці Г. Солганика, який наголошував на лексемах-ярликах та їхньому постійному тиражуванні в мові ЗМІ). Так, у період передвиборчої кампанії навішуються т.зв. фразеологізовані ярлики типу *день тиші*, *брудні технології*, *адміністративний ресурс* та ін., що завдяки згаданій тактиці та стертості негативної семантики сприймаються масовим реципієнтом як належне явище в політичній комунікації. Відповідно, використання подібного типу ярликів ніяким чином не впливає на електоральний політичний вибір.

- **тактика смислової трансформації (semantic transfer)**, за нашими спостереженнями, є особливо дієвим в заголовках: трансформація фразеологізма надає більшій експресії політичному контексту (*«На городі бузина, а в Києві хунта»: українці жартують над пропагандою* [Реально, 06.11.2015], *Під лежачий камінь газ не тече* [112.ua, 02.12.2014], *Скільки партію не годуй...* (трансформація фразеологізму «Скільки вовка не годуй, а він у ліс дивиться» – Д. С.) [Факти. ICTV, 11.04.2015] та ін.). Цікаво, що згаданий нами фразеологізм «Якщо куля в лоб...» також піддавався трансформації на рівні стилістичного синтаксису, напр., використовувався в структурі спонукального (*Куля в лоб! Вперед на барикади!* [Громадське, блоги,

20.02.2014]) та питального (*Ще одна «куля в лоб?»?: Яценюк хоче створити реєстр призовників* [http://zak-kor.net, 23.08.2015]) речень.

- **тактика постійного повторення (*constant repeat*)**. Ця тактика вважається найбільш продуктивною в межах політичної кампанії, адже дозволяє привернути увагу якнайбільшого кола електорату. Подібна тактика особливо актуальна в художньо-публіцистичних жанрах політичних ЗМІ – нарисах, блогах, редакторських колонках (див. приклади вище з використання фразеологізма ідіоматичного характеру «Якщо куля в лоб...»). Повтор фразеологізма здавалося б негативного для образу політика А. Яценюка, підвищило його рейтинг, про що вказують соціологічні опитування політичної кампанії 2014 р. та популярність статей із використанням цього фразеологізма.

- **тактика заголовкової домінантності (*titular dominance*)** передбачає вживання фразеологізмів у якості заголовка, який вважається «смысловим центром медійної статті» [2, с. 156]. Заголовок-фразеологізм виконує в архітектоніці медіатексту основну функцію – лаконічності та влучності медіаповідомлення. Очевидно, що фразеологізм як усталений вербальний комплекс, з цією функцією справляється як найкраще. Пор.: *Або все, або нічого* (заголовок статті видання «Газета по-українськи» (№22(2012)) про зміни до Конституції України і розширення державних функцій Президента); *На сьомому небі від щастя* (заголовок статті у рубриці «Світ» на сайті «Українська правда» (06.07.2017) про виступ Д. Трампа в м. Варшава); *Біла ворона сучасного політикуму* (заголовок до статті на сайті Радіо «Київ» (22.05.2015) про неординарних політиків у Києвradі) та ін.

- **тактика вербальної алюзії (*verbal allusion*)** виявляється у постійній адресації до відомого фразеологізма, що передбачає вимоги до фонових знань реципієнтів. Часто в політичній комунікації така тактика досягається семантико-стилістичною трансформацією фразеологізма, що відомий широкому загалу реципієнтів. Так, у статті *«Рейтинг поплутав»* («Український тиждень», №20(548), 17.05.2018) автором в назві аналітичної

статті використовується трансформований фразеологізм *біс (лихий, дідько) поплутав* (у зн. хто-небудь зробив щось погане, допустив помилку, не передбачивши небажаного результату). Використання такого типу стилістичної алюзії продиктовано метою автора медіакомунікації – донести до реципієнта важливу інформацію, спираючись на дані соціологічних розвідок. Тактика вербальної алюзії часто застосовується в рекламній комунікації (згадаємо серію рекламних роликів «Соціалістичної партії України» 1998 р. з алюзією до «світлого минулого» з використанням відомих гасел радянського часу).

Роль фразеологічних інновацій у межах цих тактик настільки висока, що журналісти, використовуючи їх, досягають не стільки інформаційної, скільки маніпулятивно-стратегічної мети. Вважаємо, що використання подібного типу тактик може допомогти політтехнологам досягнути кінцевої мети в політичній комунікації – завоювати прихильність максимально широкої кількості електорату.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної девіатології. Львів : ЛНУ, 2000. 238 с.
2. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л.І. Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов ; за ред. Л.І. Шевченко. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 214 с.
3. Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа : словник / Шевченко Л.І., Сизонов Д.Ю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 114 с.
4. Стишов О. А. Неофраземи в суспільно-політичному дискурсі українських мас-медіа. *Філологічні студії*. 2015. Вип. 4. С. 19-23.
5. Чудинов А.П. Политическая лингвистика. Москва : Флинта: Наука, 2012. 240 с.
6. Burkhardt A. Politolinguistik. Versuch einer Ortsbestimmung *Sprachstrategien und Dialogblockaden. Linguistische und politikwissenschaftliche Studien zur politischen Kommunikation* / J. Klein, H. Diekmannshenke (Hrsg.). Berlin, 1996.
7. Moon R. Fixed expressions and idioms in English: a corpus-based approach : [Oxford studies in lexicography, and lexicology / Rosamund Moon]. Oxford : Clarendon Press, 1998. 340 p.

8. Prostor in čas v frazeologiji. Uredile: Erika Kržišnik, Nataša Jakop, Mateja Jemec Tomazin. Ljubljana, 2016. 542 c.

9. Chilton P. *Analysing Political Discourse : Theory and Practice*. London, 2004. 214 p.

REFERENCES

1. Bacevych F.S. *Fundamentals of communicative deviatology* [Osnovy komunikatyvnoi' deviatologii']. L'viv : LNU, 2000. 238 s.

2. *Medialinguistics : The dictionary of terms and concepts* [Medialinhvistyka : slovnykterminiv i ponyat'] / L.I. Shevchenko, D.V. Derhach, D.Yu. Syzonov / Za red. L.I. Shevchenko. – Kyiv : VPC «Kyiv's'kyj universytet», 2014. 214 s.

3. *New words and phraseologisms / idioms in the Ukrainian mass media* [Novi slova ta frazeologizmy v ukrai'ns'kyh mas-media] : slovnyk / Shevchenko L.I., Syzonov D.Ju. Kyiv : VPC «Kyiv's'kyj universytet», 2017. 114 s.

4. Styshov O. *Neoprathes in the socio-political discourse of the Ukrainian mass media* [Neofrazemy v suspil'no-politychnomu dyskursi ukrai'ns'kyh mas-media]. *Filologichni studii'*. 2015. Vyp. 4. S. 19-23.

5. Chudinov A.P. *Political linguistics* [Politicheskaja lingvistika]. – Moskva : Flinta: Nauka, 2012. 240 s.

6. Burkhardt A. *Political Communication. Attempted location* [Politolinguistik. Versuch einer Ortsbestimmung] // *Sprachstrategien und Dialogblockaden. Linguistische und politikwissenschaftliche Studien zur politischen Kommunikation* / J. Klein, H. Diekmannshenke (Hrsg.). Berlin, 1996.

7. Moon R. *Fixed expressions and idioms in English: a corpus-based approach* : [Oxford studies in lexicography, and lexicology / Rosamund Moon]. – Oxford : Clarendon Press, 1998. 340 p.

8. *Space and time in phraseology* [Prostor in čas v frazeologiji]. Uredile: Erika Kržišnik, Nataša Jakop, Mateja Jemec Tomazin. Ljubljana, 2016. 542 c.

9. Chilton P. *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. – London, 2004. 214 p.

Дата надходження до редакції – 23.10.2017 р.

Дата затвердження редакцією – 16.11.2017 р.

УДК 811.161.2'38:316.77(477)

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

Maya Bulakh

PERIPHRASES IN MEDIA HEADLINES

Abstract. *The stylistic potential of periphrases in the headlines of media texts is analyzed. The relevance of the stated topic is due to the important role of the headline in media texts, its polyfunctional nature. The main functions of the headline, in particular: nominative, informative, expressive, advertising, manipulative – correspond to the basic functions of the media (information and influence on the audience). In accordance with these functions, the headline actualizes the expressive and evaluative features of the language, one of which is the periphrasis. Periphrastic constructions in the headlines reinforce the semantic coherence of the text, a positive or negative assessment, and emotion. The factual material illustrates the use of allusion periphrasis that creates secondary contextual nominations, and conveys the basic meaning of information in an expressive periphrastic form. The meaning of such transformed periphrastic constructions is revealed in the structure of the text, thereby attracting the recipient and encouraging him to read the media material. As the factual material shows, in the structure of media headlines, as a rule, the well-known periphrases are used with a special cultural connotation fixed in the consciousness of the society. It is also noted that transformed periphrases often represent an allusion to known cultural phenomena (historical events, the names of movies, fiction). In the work, it is noted that the periphrastic constructions, replacing the same denotation in the headline, subtitle, and main text, create an additional semantic coherence of the text. The analysis made it possible to determine that the periphrasis in the header of the media text also combines the structural components of the title and paragraphs, affects the architectonics of the entire media text, accumulating information important for the perception of the text.*

The study allows us to conclude that the periphrasis in the headline structure affects the emotive and logical levels of perception. On the basis of illustrations, it is shown that periphrases in headings are an effective tool for achieving the main goal of media texts – the impact on the recipient.

Keywords: *periphrasis, headline, a language of mass media, evaluation, allusions.*

Information about author: *Bulakh Maiia Bohdanivna – PhD, department of stylistics and language communication; Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.*

E-mail: *bulakh1@ukr.net.*

Булах М.Б.

ПЕРИФРАЗИ В ЗАГОЛОВКАХ ТЕКСТІВ МАС-МЕДІА

Анотація. У статті аналізується стилістичний потенціал перифразів у заголовках засобів масової інформації. Зважаючи на особливо важливу роль заголовка у текстах мас-медіа, його поліфункціональну природу, актуальним є аналіз лінгвістичних особливостей заголовка. Лінгвістичний ресурс заголовка суголосний його основним функціям, серед яких: номінативна, інформативна, експресивна, маніпулятивна, рекламна. Заголовок актуалізує експресивні та оцінні мовні засоби, одним з таких потужних інструментів підвищення експресивності тексту є перифраз. Перифрастичні звороти, використані у заголовку, підсилюють смислову зв'язність тексту, позитивну чи негативну оцінку, емоційність. Фактичний матеріал підтверджує використання перифразів-алюзій, які створюють вторинні контекстні номінації та передають основний смисл інформації в яскравій перифрастичній формі. Зміст таких трансформованих перифрастичних конструкцій розкривається у структурі тексту, тим самим зацікавлюючи реципієнта і змушуючи його прочитати матеріал. Як показує ілюстративний матеріал, у структурі медіазаголовків, як правило, використовують загальновідомі перифрази з особливою, закріпленою у свідомості соціуму культурною конотацією, і навіть трансформовані перифрази є алюзією на загальновідомі культурні явища (історичні події, назви кінофільмів, художньої літератури).

У статті з'ясовано, що перифрастичні звороти, замінюючи один і той самий денотат у заголовку, підзаголовках та основному тексті, створюють додаткову смислову зв'язність тексту. Проведений аналіз дав можливість виявити, що перифраз у медійному заголовку поєднує також структурні компоненти заголовку й абзаців,

впливає на архітектоніку всього медійного тексту, адже він акумулює інформацію, важливу для тексту, інколи – розділу видання.

У висновках зазначено, що перифрастичний заголовок впливає на емотивний і логічний рівні сприйняття. Ілюстративний матеріал дозволив довести, що перифрази в заголовках є ефективним інструментом у досягненні головної мети мас-медійного тексту – впливу на реципієнта.

Ключові слова: заголовок, перифраз, мова мас-медіа, оцінність, алюзії.

Інформація про автора: Булах Майя Богданівна – кандидат філологічних наук; кафедра стилістики та мовної комунікації; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: bulakh1@ukr.net.

Булах М.Б.

ПЕРИФРАЗЫ В ЗАГОЛОВКАХ ТЕКСТОВ МАСС-МЕДИА

Аннотация. В данной статье рассматривается стилистический потенциал перифразов в заголовках текстов СМИ. Актуальность заявленной темы обусловлена важной ролью заголовка в медийных текстах, его полифункциональной природой. Основные функции заголовка, в частности: номинативная, информативная, экспрессивная, рекламная, манипулятивная – соответствуют основным функциям медиа (информация и влияние на аудиторию). В соответствии с этими функциями, заголовок актуализирует экспрессивные и оценочные средства языка, одним из которых является перифраз. Перифрастические обороты в заголовках усиливают смысловую связность текста, позитивную или негативную оценку, эмоциональность. Фактический материал иллюстрирует использование перифразов-аллюзий, создающих вторичные контекстные номинации, и передают основной смысл информации в экспрессивной перифрастической форме. Смысл таких трансформированных перифрастических конструкций раскрывается в структуре текста, тем самым заинтересовывая реципиента и побуждая его прочитать медийный материал. Как показывает фактический материал, в структуре медиазаголовков, как правило, используют общеизвестные перифразы с особенной, закрепленной в

сознании социума культурной коннотацией. Также отмечено, что трансформированные перифразы часто представляют собой аллюзию на известные культурные явления (исторические события, названия кинофильмов, художественной литературы). В работе отмечено, что перифрастические обороты, заменяя один и тот же денотат в заголовке, подзаголовке и основном тексте, создают дополнительную смысловую связность текста. Проведенный анализ дал возможность определить, что перифраз в заголовке медиатекста объединяет также структурные компоненты заголовка и абзацев, влияет на архитектуру всего медийного текста, аккумулируя информацию, важную для восприятия текста.

Исследование позволяет сделать вывод, что перифраз в структуре заголовка влияет на эмотивный и логический уровни восприятия. На основе иллюстраций показано, что перифразы в заголовках являются эффективным инструментом для достижения главной цели текстов СМИ – влияние на реципиента.

Ключевые слова: заголовок, перифраз, язык масс-медиа, оценность, аллюзии.

Информация об авторе: Булах Майя Богдановна – кандидат филологических наук; кафедра стилистики и языковой коммуникации; Институт филологии; Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка.

Электронный адрес: bulakh1@ukr.net.

The active development of the media leads to the scientific interest of linguists in the peculiarities of the media linguistic resource. One of the most relevant, in our opinion, questions is the study of stylistically expressive means in terms of their role and function in the structure of the media text. One of these stylistically-expressive means is periphrasis.

As we mentioned in the previous paper [3], periphrases function as a linguistic-structural organization of the text. According to one of the communicatively significant structural units of the text is the headline, we ought to consider the role of the periphrasis in the media text headline.

The title plays an important role in a text of any style, and especially in the media. Polyfunctional nature of the title is to attract the attention of the recipient, inactivate the interest and desire to get

acquainted with the media text. Such title functions become especially relevant to the development of Internet media. In a situation where online publications compete for clickable headings, that is, the number of user referrals for hyper calling appearing on the search results page, or in advertising, the title serves as an advertising “hook”. Due to this feature the title serves as the core of media text.

Researchers at the University of Texas at Austin Ashley Muddiman and Joshua Scacco in 2016 explored the influence of online media titles on readers [8]. A. Muddiman and J. Scacco chose materials for analysis from US Today, BuzzFeed, and Fox News / MSNBC resources. The results showed that the type of headlines could influence on a person positively reacts to the news resource and intends to trust this resource in the future. It was also discovered that headlines could change the perceptions of news, affect how people rate political candidates.

Headlines in the media have become the object of linguistic studying since the 20th century. In particular, the works of A. Safonov, I. Halperin, E. Lazareva and others are devoted to this topic. Linguist A. Safonov investigated the headlines of newspaper texts, emphasizing their values as a communicative unit of the text, which actualizes language means [5, p. 5], in the subject under study – the media periphrases.

Modern researches focused on questions of media titles in context of cognitive linguistics, linguistic culture, the theory of mass communication and discourse. In linguistic science In particular, in thesis of Y. Belova, [1] who studied strategies for the interpretation of British newspapers headlines, M. Boychuk [2], who analyzed neologisms in the headings, O. Kalyakina [4], whose research was devoted to the modifications of the linguistic units in the headings, N. Sunko [6] and O. Chernogradova [7], who chose the aspect of intertextuality in the titles, in English and Russian mass media, and others.

Summing up the various approaches to linguistic development of the issue, we can distinguish the following main functions of headlines: nominative, informative, expressive, advertising,

manipulative. Typically, the heading performs all the functions simultaneously, but one of them is dominant in each particular case. For example, heading *Go away from Moscow? For and against the visa regime with the Russian Federation* (ЗІК, 22.05.2017), (*Геть від Москви? “За” і “проти” візового режиму з РФ*) (ЗІК, 22.05.2017) consists of two sentences, one of which is periphrastic allusion to the statement by Mykola Khvylovyy “Get down from Moscow! Go Europe!”, and the other actually formulates the topic of the article; in the title of *Hungry Games of the Garden. The garbage is not enough* (УП, 20.06.2014); *Голодні ігри Садового. Сміття та її зоді* (УП, 20.06.2017), a periphrastic allusion to the title of the book by S. Collins and the film on this piece, “The Hunger Games”, and on the saying “laughter and only”. As we see, in order to increase the expressiveness of the title, the authors use periphrastic allusions, phraseologisms, proverbs, cultural units of the metaphorical level, which create secondary contextual nominations and convey the basic meaning of information in a bright periphrastic form. Thus, the periphrastic heading affects on emotional and logical levels of perception.

The title as the primary element of the text, according to Y. Belova, is a “potentially wrapped text sign”, as well as a “mediator between the media text, complex of previous texts and person, his emotional environment, his experience and the amount of his background knowledge” [1, p. 9].

Heading functions, therefore, are commensurate with the functions of periphrases, so the use of periphrases in the role of media headings always corresponds to the pragmatic orientation of media text. The periphrastic headings have a double expressivity load because headline expressiveness crosses with the expressiveness of the secondary nomination.

Due to its inherent characteristics and functions, periphrastic constructions correspond to all the communicative tasks of the title. The semantic information of headline is expanded in the text structure. In case when we use periphrasis as the headline of the text, its meaning specifies and reveals.

The title is one of main parts in the text structure. The importance of headline is caused by the fact that it is graphically allocated, is a means of attracting attention, which as a consequence increases the effectiveness of impact on the reader. The headline performs a generative function, creates a textual integrity, and organizes the semantic structure of the whole text. The periphrastic headline is the structural component that summarizes and predicts the main theme of media text, highlights the main theme of the text. Therefore, periphrastic headline interprets the text, adds meaning to the text. To illustrate let us give some example: *Hosts of the night sky*. (УМ, №155, 18.10.2012) *Господарі нічного неба*. (УМ, №155, 18.10.2012); *Maria Muzychuk: The third Ukrainian Chess Queen* (bbc.com, 06.04.2015), *Марія Музичук: третя українська королева шахів* (bbc.com, 06.04.2015); *Lady, who changed Britain and the world* (Day, №65, 10.04.2013), *Леді, яка змінила Великобританію і світ* (День, №65, 10.04.2013); *Country of thousands of islands*. "Indonesia is the largest island country in the world", – all the directories write together. (УМ, №60, 04.25.2014) *Країна тисячі островів*. «Індонезія – найбільша острівна країна світу», – дружно пишуть усі довідники. (УМ, №60, 25.04.2014); *The U-19 Ukraine team will begin the game with the sons of Greece*. (ЗИК, 18.06.2015), *Збірна України U-19 Євро-2015 розпочне грою з синами Еллади*. (ЗИК, 18.06.2015); *Banditry in uniforms, or Gentlemen of luck from the Obukhiv prosecutor's office* (ДТ, №23, 26.06.2015), *Бандитизм у погонах, або Джентльмени удачі з Обухівської прокуратури* (ДТ, №23, 26.06.2015); *Great Britain. The lion and unicorn against the two-headed eagle* (ДТ, № 25, 07.10.2015), *Великобританія. Лев і єдиноріг проти двоголового орла* (ДТ, №25, 10.07.2015); *Day of the Future Defense. The 1st June International Children's Festival*. (Day, №92, 31.05.2017), *День захисту майбутнього. 1 червня – Міжнародне свято дітей*. (День, №92, 31.05.2017). The titles of the given type fulfill the basic functions: informative – report on the theme of the media material, but at the same time they are emotive and expressive, which allows to realize the important for media information to expressive and advertising functions. The structure of

these media headlines uses, as we can see, well-known periphrases with a special cultural connotation fixed in the consciousness of society, such as *“the sons of Hellas”*, *a lion*, *a two-headed eagle*, and periphrases built on the basis of traditional models such as *the queen of chess*, *the lady of shadows*, *the Hetman of Ukrainian music* and other. Thus, to analyze the communicative effectiveness of the title it is also should include both social and linguocultural contexts. The headline, as we see, combines textual, contextual, and cultural information, the result of the linguistic creation of the personality with her personal experience and experience of the ethnic group, the society to which person belongs.

Occasional periphrases in the media headings can be considered as the result of author's creation, but they are the source of specific media periphrases (repeated, constructed a series of analogues, such titles eventually become markers of the media style), e.g.: ***Motor of sanctions in the EU boat*** (DT, № 27, 24.07.2015), ***Мотор санкцій у човні ЄС*** (ДТ, №27, 24.07.2015); ***“Lady from the first”***. *She was not Ukrainian Jeanne D'Arc, did not lead the people into a barricade, she just lived in Ukraine and for the sake of Ukraine ...* (Mary Beck). (Den', 02.05.2012), ***«Леді з перших»***. *Вона не була українською Жанною Д'арк, не вела за собою народ на барикади, вона просто жила Україною та заради України...* (Мері Бек). (День, 02.05.2012). Such media periphrases require explanations that the recipient finds in a macrocontext.

The development of information an updated by periphrasis occurs not only in the microcontext which contains it, but also in the broader context – the paragraph and the text as a whole: *the right hand of Tyagnibok* – R. Koshulinsky. (So, to convince, for example, that the so-called bill on non-discrimination or ratification of the Hague Convention on the Intergovernmental Adoption of “Freedom” still needs to be voted down, the ***“right” hand of Tyahnybok*** (as it was dubbed by journalists) is difficult. (Den', № 173, 26.09.2013), (Тож переконати, що, приміром, за так званий законопроект про недискримінацію чи ратифікацію Гаазької конвенції про міждержавне усиновлення “Свободі” таки необхідно проголосувати, ***“праву” руку Тягнибока*** (як його

охрестили журналісти) складно. (День, №173, 26.09.2013); **Great German and great European.** World leaders honored the ex-chancellor of Germany Helmut Kohl. (Den', № 104, 19.06.2017), **“Великий німець і великий європеєць”.** Світові лідери вишановують экс-канцлера Німеччини Гельмута Коля. (День, №104, 19.06.2017); **Day of the Defense of the Future.** June 1st – International Children's Day (Den', № 92, 31.05. 2017), **День захисту майбутнього.** 1 червня – Міжнародне свято дітей. (День, №92, 31.05.2017); **Legendary cartoon returns.** “Ukrainianmafilm” completed the shooting of the first series “Cossacks Around the World” (Den', № 92, 31.05.2017), **Легендарний мультфільм повертається.** “Україмафільм” завершив зйомки першої серії “Козаки. Навколо світу” (День, №92, 31.05.2017); **Academician in a caricature.** Victor Bogorad became an honorary academician of the Russian Academy of Arts (Den', № 92, 31.05.2017), **Академік у карикатурі.** Віктор Богорад став почесним академіком Російської академії мистецтв. (День, №92, 31.05.2017). In the United Kingdom, they are preparing their **“Magnitsky list”.** The draft of the British **Magnitsky law** is being discussed as an amendment to the act of criminal finances. (Tyzhden.ua, 10.01.2017), У Великій Британії готують свій **“список Магнітського”.** Проект британського закону **Магнітського** обговорюється як поправка в акт кримінальних фінансів. (Тиждень.ua, 10.01.2017); But it is quite evident that he has presidential ambitions, as Mr. Sadovy himself speaks publicly. The results of this **gray Galician fox** are still quite good. (Tyzhden.ua, 06.08.2015), **Зате** цілком очевидно є наявність у нього президентських амбіцій, про що пан Садовий і сам говорить публічно. Результати в цього **сірого галицького лиса** поки що й справді непогані. (Тиждень.ua, 6.08.2015), and others. As we see, in these illustrations in order to avoid ambiguity, the meaning of the periphrasis is already disclosed in the title itself, but unfolds in the broader context: such a combination of the emotional and logical header is often used in the architectonics of the media text.

Periphrasis in media headline always increases the expressiveness and informative integrity of the text. In particular, in such headlines as: *Lyubomyr Huzar. A man with an angel on his shoulder*. (УП, 26.10.2016), *Любомир Гузар. Людина з янголом на плечі*. (УП, 26.10.2016); *“The Secretary of the Devil”*. As *Lutsenko caught and did not catch O. Dovgy* (УП, 04.07.2017) *“Секретар диявола”*. Як *Луценко ловив та не впіймав Довгого* (УП, 04.07.2017) etc. We see a conscious formation of the communicative effect of a positive and negative impression, respectively. The formation of a positive impression, in this case, occurs in the semantic contamination of the periphrasis with the famous work of I. Malkovich and is an allusion to contemporary literary text. In the second media context, the expression “*secretary of the devil*” is an allusion to a well-known Hollywood film: a negative assessment arises as a consequence of the semantic parallelism between the negative film hero and O. Dovgy, who was the secretary of the Kyiv City Council. Similarly, there is a media headline with a positively evaluated periphrasis: *Man of Love and Light. His Beatitude Lubomyr (Husar) has died*. (Ден', №93-94, 01.06.2017) *Людина Любові і Світла. Пішов з життя Блаженніший Любомир (Гузар)*. (День, №93-94, 01.06.2017). As we observe on numerous illustrative materials, the positive or negative evaluation of the media periphrasis is greatly enhanced when the periphrasis is the headline in the text.

Thus, the periphrastic figures, that replace the same denotation, create additional semantic connectivity of the text. The periphrasis in the media headline also combines the structural components of the headline and paragraphs, affects the architectonics of the entire text, since it accumulates information important to the text. And in this the main function of one of the most important communicative and structural components of the media information of different genres – the headline. Nevertheless, we see the prospect for further research in more detail to consider the influence of different types of headlines (with the positive and negative semantics of the evaluation) in Ukrainian media on the perception of the main topic of the article by the recipient.

REFERENCES

1. Belova Y. A. *Strategies for interpreting the meaning of the newspaper headlines of British media texts* [Strategii interpretatsii smyisla gazetnykh zagolovkov britanskih media-tekstov] : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. Ufa, 2009. 24 p.
2. Boychuk M. V. *Neologisms in the titles of Internet publications: structural-semantic and functional-stylistic aspect*. [Neolohizmy v zaholovkakh internet-vydan : strukturno-semantychnyi ta funktsionalno-stylistychnyi aspekty] : avtoref. dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.01. Kharkiv, 2013. 16 p.
3. Bulakh M. B. *Periphrases in the architectonics of media text*. [Peryfrazy v arhitektonici mediynogo tekstu]. *Actual issues of Ukrainian linguistics: theory and practice*. 2017. Vol. 34. P.39–50.
4. Kalyakina O. O. *Communicative-stylistic modification of the phrase in the headlines of the Ukrainian press of the late XX - early XXI century* [Komunikatyvno-stylistychna modyfikatsiia frazem u zaholovkakh ukrainskoi presy kintsia XX – pochatku XXI stolittia] : avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.01. Dnipro, 2008. 19 p.
5. Safonov A. A. *Updating the newspaper text (To the problem of newspaper headlines)* [Aktualizatsiya gazetnogo teksta (K probleme gazetnykh zagolovkov)] : avtoref. dis. na soisk. uchen. step. kand. filol. nauk : 10.01.10. Moskva, 1974. 19 p.
6. Sunko N. O. *Allusion as an intertextuality marker in the English newspaper headline* [Aliuziia yak marker intertekstualnosti v anhliiskomovnomu hazetnomu zaholovku] : avtoref. dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.04. Chernivtsi, 2016. 20 p.
7. Chernogradova E. P. *Headings with precedent texts in modern media: on the basis of the central, regional and local press* [Zagolovki s pretsedentnymi tekstami v sovremennoy publitsistike: na materiale tsentralnoy, regionalnoy i mestnoy pressy] : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. 10.02.01. Voronezh, 2003. 24 p.

RESOURCES

День [Den']
ДТ [DT] – Дзеркало тижня [Dzerkalo tyzhnya]
Тиждень.ua [Tyzhden.ua]
УМ [UM] – Україна молода [Ukraina moloda]
УП [UP] – Українська правда [Ukrayinska pravda]
bbc.com <https://www.bbc.com/ukrainian>
ZIK <https://zik.ua>

LITERATURE

1. Белова Ю. А. Стратегии интерпретации смысла газетных заголовков британских медиа-текстов : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Уфа, 2009. 24 с.
2. Бойчук М. В. Неологізми в заголовках інтернет-видань : структурно-семантичний та функціонально-стилістичний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2013. 16 с.
3. Булах М.Б. Перифрази в архітектоніці медійного тексту. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2017. Вип. 34. С.39–50.
4. Калякіна О. О. Комунікативно-стилістична модифікація фразем у заголовках української преси кінця XX – початку XXI століття : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Дніпро, 2008. 19 с.
5. Сафонов А. А. Актуализация газетного текста (К проблеме газетных заголовков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Москва, 1974. 19 с.
6. Сунько Н. О. Алюзія як маркер інтертекстуальності в англійськомовному газетному заголовку : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 Чернівці, 2016. 20 с.
7. Черногрудова Е. П. Заголовки с прецедентными текстами в современной публицистике: на материале центральной, региональной и местной прессы : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Воронеж, 2003. 24 с.
8. Muddiman A., Scacco J. Investigating the Influence of «Clickbait» News Headlines. – URL: <https://engagingnewsproject.org/research/clickbait-headlines/>

Дата надходження до редакції – 23.10.2017 р.

Дата затвердження редакцією – 16.11.2017 р.

УДК 811.133.1'42

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

Войтенко М.В.

СМИСЛ ТА КОМУНІКАТИВНИЙ СИНКРЕТИЗМ ФРАНЦУЗЬКОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ У СФЕРІ “PRODUITS DE LUXE”

***Анотація.** Дослідження у сфері рекламного дискурсу є дуже актуальними, зважаючи на те, що реклама відіграє важливу роль у сучасному суспільстві. Сислове наповнення реклами залежить від комунікативних параметрів повідомлення, які визначаються низкою екстралінгвістичних факторів та контекстуальними умовами. Взагалі смисл - це досить ємне поняттям, пошук якого є перманентною проблемою людства. Багато науковців намагалися дати визначення смислу, яке б насправді передавало його сутність. Статтю присвячено дослідженню процесу генерування смислу під час комунікативної інтеракції між адресантом та адресатом у французькому рекламному дискурсі “предметів розкоші”. Під час розгляду механізмів генерування смислу в центрі уваги стоїть комунікативна діяльність людини, яка “запускає” смислотворчі механізми актуалізації та контекстуалізації. Автор використовує трьохрівневу класифікацію операторів для аналізу французького рекламного дискурсу “предметів розкоші” та описує, які комунікативні дії будуть відбуватися на кожному з рівнів. Простір дискурсивних смислів розбудовується шляхом валоризації певних конфігурацій категорійних ознак, які виражають дискурсивні інстанції та їх відношення. У статті розглядаються дискурсивні інстанції Я та Іншого у французькій рекламі “produits de luxe” і відношення, в які вони переважно вступають. Автор встановлює у чому виявляється комунікативний синкретизм французького рекламного дискурсу у сфері “produits de luxe” та які смисли цей дискурс валоризує. Також приділяється увага поняттю гіперреальності та місцю, яке воно займає у французькому рекламному дискурсі “предметів розкоші”. Гіперреальність - це новий лінгвістичний стан суспільства, в якому симуляція в рекламі як знакової системи стає генератором реальності, а через рекламу*

.....

суспільство споживання та масової культури постійно ратифікує саме себе. Також автором було встановлено, у чому заключається основна функція взаємодії між дискурсивними інстанціями та виявлено, у чому виражається фіксація смислів французького рекламного дискурсу у сфері “*produits de luxe*” на рівні їх узагальнення.

Ключові слова: *смысл, комунікативний синкретизм, рекламний дискурс, “produits de luxe”, дискурсивні інстанції, адресант, адресат, комунікативна інтеракція, гіперреальність.*

Інформація про автора: *Войтенко Марія Володимирівна – закінчила аспірантуру на кафедрі романської філології; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.*

Електронна адреса: *mariya-voitenko99@ukr.net.*

Mariya Voitenko

SENSE AND COMMUNICATIVE SYNCRETISM OF THE FRENCH ADVERTISING DISCOURSE IN THE FIELD OF “LUXURY GOODS”

Abstract. *Research in the field of advertising discourse is relevant, since advertising plays an important role in the modern society. The meaning content of the advertisement depends on the communicative parameters of the messages, which in their turn are determined by a whole number of extralinguistic factors and contextual conditions. In general, sense is a wide notion, whose search is a permanent problem of humanity. Many scientists have long been trying to give a definition of the sense that would perfectly represent its nature. The article deals with the study of the process of sense generation during communicative interaction between the addresser and the addressee in the French advertising discourse of “luxury goods”. While considering the mechanisms of sense generation, the communicative activity of the person is the focus of attention and it “launches” the sense mechanisms of actualization and contextualization. The author uses the three-level classification of operators to analyze the French advertising discourse of “luxury goods” and describes what kind of communicative actions will happen on each level. The space of discursive senses is elaborated by the valorisation of certain configurations of categorical features, expressed by discursive instances and their relations. The author examines the discursive instances of the I and the Other and*

illustrates the relations they mostly maintain with different examples of the recent French advertisement in the field of "luxury goods". The article reveals how the communicative syncretism of the French advertising discourse in the field of "luxury goods" manifests itself and what kind of senses this discourse valorizes. Also the attention is paid to the notion of hyperreality and the place which it takes in the French advertising discourse of "luxury goods". Hyperreality is a new linguistic state of society, in which simulation in advertising as a sign system becomes a generator of reality, and through advertisement the society of mass culture and consumption continuously ratifies itself. There is also established the main function of interaction between the discursive instances and detected how the fixation of senses discloses in the French advertising discourse of "luxury goods" on the level of their generalization.

Key words: sense, communicative syncretism, advertising discourse, "luxury goods", discursive instances, addresser, addressee, communicative interaction, hyperreality.

Information about the author: Voitenko Mariya Volodymyrivna – post-graduate student of the department of Roman philology; Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.

E-mail: mariya-voitenko99@ukr.net.

Войтенко М.В.

СМЫСЛ И КОММУНИКАТИВНЫЙ СИНКРЕТИЗМ ФРАНЦУЗСКОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА В СФЕРЕ "PRODUITS DE LUXE"

Аннотация. Исследования в области рекламного дискурса являются очень актуальными, учитывая то, что реклама играет важную роль в современном обществе. Смысловое наполнение рекламы зависит от коммуникативных параметров сообщения, которые определяются рядом экстралингвистических факторов и контекстуальными условиями. Вообще смысл - это достаточно емкое понятие, поиск которого является перманентной проблемой человечества. Многие ученые пытались дать определение смысла, которое бы действительно передавало его сущность. Статья посвящена исследованию процесса генерирования смысла во время коммуникативной интеракции между адресантом и адресатом во французском рекламном дискурсе "предметов роскоши". При

рассмотрении механизмов генерирования смысла в центре внимания стоит коммуникативная деятельность человека, которая «запускает» смыслообразующие механизмы актуализации и контекстуализации. Автор использует трехуровневую классификацию операторов для анализа французского рекламного дискурса "предметов роскоши" и описывает, какие коммуникативные действия будут происходить на каждом из уровней. Пространство дискурсивных смыслов строится путем валоризации определенных конфигураций категорийных критериев, которые выражают дискурсивные инстанции и их отношения. В статье рассматриваются дискурсивные инстанции Я и Другого во французской рекламе "produits de luxe" и отношения, в которые они преимущественно вступают. Автор устанавливает в чем проявляется коммуникативный синкретизм французского рекламного дискурса в сфере "produits de luxe" и какие смыслы этот дискурс валоризирует. Также уделяется внимание понятию гиперреальности и месту, которое оно занимает во французском рекламном дискурсе "предметов роскоши". Гиперреальность - это новое лингвистическое состояние общества, в котором симуляция в рекламе как знаковой системе становится генератором реальности, а через рекламу общество потребления и массовой культуры постоянно ратифицирует само себя. Также автором было установлено, в чем заключается основная функция взаимодействия между дискурсивными инстанциями и определено, в чем выражается фиксация смыслов французского рекламного дискурса в сфере "produits de luxe" на уровне их обобщения.

Ключевые слова: смысл, коммуникативный синкретизм, рекламный дискурс, "produits de luxe", дискурсивные инстанции, адресант, адресат, коммуникативная интеракция, гиперреальность.

Информация об авторе: Войтенко Мария Владимировна – закончила аспирантуру на кафедре романской филологии; Институт филологии; Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка.

Электронный адрес: mariya-voitenko99@ukr.net.

Дослідження рекламного дискурсу є актуальним з огляду на особливу роль реклами в сучасному суспільстві. Сміслові наповнення реклами зумовлено комунікативними параметрами повідомлення, які в свою чергу визначаються низкою екстралінгвістичних факторів та контекстуальними умовами.

Загалом смисл є досить ємним поняттям, пошук якого є перманентною проблемою людства. Смисл можна розуміти, як суть або призначення якогось явища у певному контексті. Багато науковців з давних часів намагалися дати визначення смислу, яке б найкращим чином презентувало його сутність.

Г. Фреге, представник аналітичної філософії, вважав, що смисл знака – це те, що відображає спосіб представлення позначеного даним знаком. Фреге уперше відокремив денотат знака, тобто об'єкт, який позначений цим знаком, та спосіб, у який ми виділяємо і розрізняємо цей об'єкт, тобто смисл. Таким чином, один і той самий денотат може мати різні смисли [7].

У феноменології Е. Гусерля смисл розглядається як результат синтетичної роботи свідомості, який задає предметність переживанням. Смисл – це певний об'єкт дійсності, так як ми його мислимо або сприймаємо. Згідно з Гусерлем смисл конститується не самою дійсністю, яка залишається для нас трансцендентною, а нашою свідомістю [2].

Лосєв О.Ф. під смислом розумів те, що в об'єктивно-ідеалістичних концепціях відображається поняттями “ідея” або “ейдос”. Категорія смислу розкривається через поняття виразу, під яким розуміється те, що має внутрішній зміст (смисл) і зовнішню форму, яка цей зміст відображає. За ним будь-яка річ може розглядатися як символічний вираз, бо будь-яка річ несе в собі і через себе смисл [4].

Смисл є відображенням фрагменту дійсності у свідомості через призму того місця, яке даний фрагмент дійсності посідає у діяльності даного суб'єкту, як вважав Красних В.В. Смисл є завжди смислом чогось, оскільки не буває “чистого” смислу [3, с. 35].

За Виготським Л.С., смисл – це індивідуальний зміст слова, пов'язаний з особистим суб'єктивним досвідом і конкретною ситуацією спілкування. Смисл є одиницею плану мислення і співвідноситься з думкою, він потенційно не міститься у значенні, а породжується життям [6, с. 46-50].

У нашій статті ми ставимо перед собою мету дослідити процес генерування смислу під час комунікативної інтеракції

між адресантом та адресатом у французькому рекламному дискурсі “предметів розкоші”.

Ми погоджуємося з думкою Бурбело В.Б., яка у своїй праці “Дискурс і смисл” стверджує, що смисли формуються у взаємодії цілого комплексу мовних та екстралінгвальних чинників, визначаються у параметрах діяльності, семіотизації, актуалізації, ціннісності та контекстуалізації. Вона піднімає питання цілісної концепції конструювання смислу та відзначає, що при розгляді механізмів породження смислу в центрі уваги стоїть комунікативна діяльність людини, яка “запускає” смислотвірні механізми актуалізації та контекстуалізації [1, с. 4].

Бурбело В.Б. пропонує розгляд комунікативної інтеракції в термінах операційної процедури із застосуванням операторів, які розуміються як функція відношення, залежності, узгодження у відповідному секторі, певному компоненті, складовій акту комунікації. Вона виділяє три рівні операторів: базові оператори (рівень продукування в комунікативному напрямі $A \rightarrow B$); мегаоператори (рівень комунікативної взаємодії $A \leftrightarrow B$) та метаоператори (віднесення комунікативного акту та його складових до певного дискурсивного простору $\downarrow$) [1, с. 5].

Оператори першого та другого рівня “запускаються” у дію метаоператором розбудови смислу, що є оператором валоризації.

Згідно з Бурбело В.Б. “валоризація є “оператором операторів”, “функцією функцій”, яка проходить “крізь” кожний оператор, забезпечуючи їх взаємодію в цілому” [1, с. 6].

Отже, спробуємо застосувати трирівневу класифікацію операторів до французького рекламного дискурсу у сфері “produits de luxe”. На рівні базових операторів: адресант (рекламодавець) А продукуватиме рекламне повідомлення в комунікативному напрямі адресата (потенційних споживачів) В. При цьому саме адресант (рекламодавець) А буде вибирати за якими принципами він буде кодувати рекламне повідомлення до адресата (потенційного споживача) В, використовуючи елементи із системних потенцій мови та їх синтаксичного

структурування, за потреби залучаючи до рекламного повідомлення дейктичні, хронотопічні “прив’язки” та оператори модальності.

На другому рівні мегаоператорів відбуватиметься комунікативна взаємодія адресанта (рекламодавця) А та адресата (потенційних споживачів) В. На цьому рівні реалізуватимуться взаємоспрямовані проєкції комунікативних інстанцій, визначатимуться основні вектори тлумачення смислу рекламного повідомлення, смислові модифікації та експліcitaції.

На третьому рівні відбуватиметься віднесення комунікативного акту та його складових до простору французького рекламного дискурсу у сфері “*produits de luxe*”, саме на цьому рівні метаоператор валоризації запускати оператори першого та другого рівнів для розбудови смислу, що характерний для даного типу дискурсу.

Сучасна філософія приділяє особливу увагу вектору Я → Інший [5], який виражає основоположне відношення продукувальної інстанції мовлення Я, його адресата та репрезентованого у висловленні світу. У цьому русі від Я до Іншого дискурсивні інстанції виступають у різноманітних конфігураціях.

Згідно з Бурбело В.Б. “простір дискурсивних смислів розбудовується шляхом валоризації певних конфігурацій категорійних ознак, які виражають дискурсивні інстанції та їх відношення” [1, с. 6]. Спираючись на все вище сказане, прослідкуємо як розбудовується простір дискурсивних смислів у рекламному дискурсі. Проаналізувавши приклади французьких рекламних текстів “*produits de luxe*”, ми дійшли висновку, що у рекламному дискурсі Я протиставляється Іншому. Дискурсивна інстанція Я у французькому рекламному дискурсі “*produits de luxe*” репрезентована адресантом (рекламодавцем), тоді як дискурсивна інстанція Іншого представлена адресатом реклами (потенційним споживачем). Але слід зазначити, що іноді у рекламному дискурсі адресант (рекламодавець), щоб уникнути супротиву сприйняття реклами

з боку адресата (потенційного споживача), намагається проектувати себе як Ми, таким чином співвідносячи себе з Іншим, рухаючись до нього і включаючи себе до спільноти споживачів рекламованого товару, послуги або приборчиків та наслідувачів певного пропагованого стилю життя, поведінки, способу самовираження, самореалізації, самоствердження. Наведемо декілька прикладів для кращого розуміння.

Прикладом першого випадку, коли у французькому рекламному дискурсі “*produits de luxe*” Я протиставляється Іншому, є реклама жіночих парфумів Angel від Thierry Mugler “*Méfiez-vous des anges*”. В даному випадку адресант (рекламодавець) конкретно попереджає адресата (потенційних споживачів): “Стережіться ангелів”, звертаючись до них на “ви”, тим самим вказуючи напрямок комунікації від Я до Іншого.

Ще одним прикладом є реклама годинника від Calvin Klein “*Trouve ton moment*”, в якій адресант (рекламодавець) радить адресату (потенційному споживачу): “Знайди свій момент”, звертаючись до нього на “ти”, таким чином вказуючи напрямок комунікації від дискурсивної інстанції А до дискурсивної інстанції В.

Сюди ж можна віднести рекламу годинника Grande Reverso Night & Day від Jaeger-LeCoultre “*Ouvre un tout nouveau monde*”, в якій адресант (рекламодавець), звертаючись на “ти” до адресата (потенційного споживача), йому натхненно промовляє: “Відкрий цілий новий світ”.

Також гарним прикладом є реклама годинника Carrera Calibre 5 від TAG Heuer Swiss Avant-garde since 1860 “*Ne craque jamais sous la pression*”. Адресант (рекламодавець) звертається на “ти” до адресата (потенційного споживача) з мотиваційним слоганом: “Ніколи не ламайся під тиском”, тим самим вказує напрямок комунікації від адресанта А до адресата В.

Прикладом другого випадку, коли адресант (рекламодавець), щоб уникнути супротиву сприйняття реклами з боку адресата (потенційного споживача), намагається проектувати себе як Ми, є реклама жіночих парфумів Sweet від Lolita Lempicka “*On aime... croquer la pomme... d’amour!*”. В

даному випадку адресант (рекламодавець) ототожнює себе з адресатом (потенційним споживачем) у рекламному гаслі “Ми любимо... куштувати яблуко... кохання!” (для кращого розуміння слід зауважити, що флакончик парфумів Sweet від Lolita Lempicka представлений у вигляді червоного яблущка з золотим хвостиком). Адресант у даному рекламному слогані позначає себе та адресата як “Ми”, намагаючись тим самим абсолютизувати рекламний месадж.

Наступним прикладом подібної ситуації є реклама клатчу Fire Engine від MIU MIU “Celui dont on voudrait ne pas se passer”, у якій адресант (рекламодавець) намагається наблизитися до адресата (потенційного споживача), позиціонуючи себе як “Ми” у рекламному слогані «Те, чого б ми не хотіли себе позбавити». Таким чином, прирівнюючи свої бажання до бажань адресата.

Ще одним цікавим прикладом є реклама окулярів від Afflelou Paris “Moi c’est Afflelou!”. На ілюстрації до реклами зображена усміхнена акторка Шерон Стоун, яка підписалася під рекламним гаслом: “Я - це Afflelou!”. У даному випадку адресант (рекламодавець) намагається одночасно ототожнити адресата (потенційного споживача) та прекрасний образ Шерон Стоун з оптичним брендом Alain Afflelou, що має позитивно вплинути на темпи зросту продажів рекламованого продукту.

Останнім прикладом стане реклама ювелірних прикрас від Les Bijoux Precieux “Pour avoir l’air jeune et rayonnante, je dis non à la chirurgie mais oui à la joaillerie! Qu’attendez-vous pour entrer chez votre bijoutier?”. Вербальний текст цієї реклами складається з двох частин. У першій частині адресант (рекламодавець) проголошує текст від першої особи: “Для того, щоб випромінювати молодість, я говорю “ні” пластичній хірургії та “так” ювелірним виробам!”, таким чином співвідносячи себе з Іншим та ототожнюючи себе з ним. Тоді як у другій частині адресант звертається до адресата з питанням: “Чого ви чекаєте, щоб зайти до вашого ювеліра?”, таким чином протиставляючи себе Іншому.

Останній приклад реклами добре ілюструє наше попереднє твердження про те, що у французькому рекламному

дискурсі “produits de luxe” дискурсивна інстанція Я загалом протиставляється дискурсивній інстанції Іншого, навіть якщо адресант (рекламодавець) часто намагається проектувати себе як Ми, щоб знизити супротив сприйняття реклами з боку адресата. Адресанту (рекламодавцю) важко це зробити, бо на практиці переважно визирає його дискурсивна інстанція Я, що має свої власні інтенції у комунікативній інтеракції, які часто не співпадають з інтенціями адресата.

Беручи до уваги результати нашого дослідження, можна сказати, що комунікативний синкретизм французького рекламного дискурсу у сфері “produits de luxe” виявляється у валоризації створеного людиною світу “гіперреальності” (термін вживається у розумінні Ж. Бодріяра), який є симулякром світу реального, у категоріях Я і Ти (адресант-рекламодавець і адресат-потенційний споживач), відносно Цього, Тут і Зараз (реклама має бути актуальною у даний конкретний момент, бо ті товари, що вважалися гарними, модними, корисними для споживача колись давно, скоріш за все не будуть актуальними зараз), де основною функцією взаємодії є функція пропагування певного стилю життя від Я до Іншого (від рекламодавця до споживача), але також для Я і Іншого (у рекламному дискурсі адресант, щоб мінімізувати супротив з боку адресата, часто намагається проектувати себе як Ми, ніби ототожнюючи себе з спільнотою споживачів, які захоплюються певним вишуканим стилем життя або поцінують образ певного люксового товару).

Фіксація смислів французького рекламного дискурсу у сфері “produits de luxe” на рівні їх узагальнення виражається у валоризації гіперреальності (нового лінгвістичного стану суспільства, в якому у рекламі як знаковій системі симуляція стає генератором реальності, а через рекламу суспільство масової культури та суспільство споживання безперервно ратифікує саме себе), у конкретному актуальному вимірі.

Рекламний дискурс валоризує смисли, які нав’язує реклама. Рекламний дискурс “produits de luxe” валоризує наступні смисли: з одного боку, щоб бути привабливим,

успішним, впевненим в собі, підкреслити свій статус, відчувати свою особливість та унікальність, вирізнитися з натовпу “сірої маси”, бути кращим за всіх, відчутти смак розкоші та насолоджуватися життям у повній мірі, слід купувати товари класу люкс. При цьому, з іншого боку, реклама “produits de luxe” валоризує такі смислові настанови: якщо ти хочеш бути модним, якщо ти хочеш бути в тренді, якщо ти хочеш долучитися до певного класу суспільства і “стати там своїм”, бажаєш, щоб тебе туди прийняли, хочеш “бути як всі, але серед вершків суспільства”, то тобі безперечно треба купувати “предмети розкоші”.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у виявленні комунікативного синкретизму та смислового наповнення інших видів рекламного дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бурбело В. Б. Дискурс і смисл. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Сер.: Іноземна філологія.* Київ, 2009. № 42. С. 4–7.
2. Гусерль Э. Картезианские размышления. Санкт-Петербург: Наука, Ювента, 1998. 316 с.
3. Красных В. В. Свой среди чужих: миф или реальность? Москва: ИТДГК Гнозис, 2003. 375 с.
4. Лосев А. Ф. Диалектика художественной формы. *Форма. Стил. Выражение.* Москва: Мысль, 1995. С. 3–150.
5. Рікер П. Сам як інший. Київ: Дух і Літера, 2002. С. 8.
6. Самигулина Ф. Г. Концептуальная картина мира и специфика ее формирования. *Вестник Российского государственного университета им. И. Канта.* Калининград, 2010. Вып. 2. С. 46–50.
7. Фреге Г. Смысл и денотат. *Семиотика и информатика.* Москва, 1977. Вып. 8. С. 181–210.

REFERENCES

1. Burbelo V. B. *Discourse and sense* [Dyskurs i smysl]. *Visnyk Kyjvskogo nacionalnogo universytetu im. T. Shevchenka. Ser.: Inozemna filologija.* Kyiv, 2009. № 42. P. 4–7.
2. Husserl E. *Cartesian Meditations* [Kartezianske razmyshlenija]. St. Petersburg.: Nauka, Yuventa, 1998. 316 p.

3. Krasnyh V. V. *Our among strangers: myth or reality?* [Svoy sredi chuzhyh; mif ili realnost?]. Moscow: ITDGK Gnozis, 2003. 375 p.
4. Losev A. F. *Dialectic of the artistic form* [Dialektika hudozhestvennoj formy]. *Forma. Stil. Vyrazhenije*. Moscow: Mysl, 1995. P. 3–150.
5. Ricœur P. *Oneself as Another* [Sam jak inshyj]. Kyiv: Duh i Litera, 2002. P. 8.
6. Samigulina F. G. *Conceptual picture of the world and the specifics of its formation* [Konceptualnaja kartina mira i specifika ee formirovaniya]. *Vestnik Rossijskogo gosudarstvennogo universiteta im. I. Kanta*. Kaliningrad, 2010, Vyp. 2. P. 46–50.
7. Frege G. *Sense and denotatum* [Smysl i denotat]. *Semiotika i informatika*. Moscow, 1977. Vyp. 8. P. 181–210.

Дата надходження до редакції – 23.10.2017 р.
Дата затвердження редакцією – 16.11.2017 р.

УДК 811.161.2:81'42:17.022.1 Шевченко

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

Pliasun O.M.

TARAS SCHEVCHENKO IN IMAGE STRATEGIES OF MODERN UKRAINE: LINGUISTIC ARGUMENTATION

Abstract. *The article concentrates on important issues of linguistic imageology – a new direction in the humanities which investigates linguistic peculiarities of image creation. Current research is focused on studying linguistic aspects of image formation in modern mass media which can be done within the framework of an innovative humanitarian discipline – medialinguistic imageology. This newly discovered linguistic branch analyses both linguistic and extralinguistic characteristics of image shaping. Exploring the conceptual apparatus of medialinguistic imageology, the author reveals that a great deal of its notions is of integral*

nature, i.e. they were borrowed in science from military and political terminology systems. Simultaneously, new concepts in this field are constantly being developed. One of such brand new notions in medialinguistic imageology are concepts “image strategy” and “image strategy of a state”. The author aims to give a comprehensive analysis of these notions in media linguistics. The main objective of the paper is to explore linguistic factors of formation of Ukraine’s national and international image in contemporary mass media. Content analysis of recent publications about Ukraine conducted by the researcher clearly indicates that precedent names of culture play a critical role in the process of creating the image of the state in media. Such prominent figures as Yaroslav the Wise, Bohdan Khmelnytsky, Grigory Skovoroda, Taras Shevchenko etc. are regarded as cultural markers of the country. They are perceived by recipients as certain symbols that form the idea of the Ukrainian culture. The data obtained clearly show that precedent proper name Taras Schevchenko is an essential part of Ukraine’s image campaign, within which the author emphasizes a number of image strategies (i.e. the strategy of universal image, target image strategy, “positioning” strategy, “mythologization” strategy, “emotionalization” strategy, “visualization” strategy, “creative explosion” strategy etc.). The results of the author’s research convince that the appeal to Kobzar as Ukraine’s “business card” can be quite effective in the framework of the Ukrainian image campaign. The findings are of direct practical relevance.

Key words: linguistic imageology, image, image of Ukraine in media, image strategy, precedent name, Taras Schevchenko.

Information about the author: Pliasun Olha Mykolayivna – postgraduate student, assistant of the department of stylistics and language communication; Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.

E-mail: olga_2511@ukr.net.

Плясун О.М.

ТАРАС ШЕВЧЕНКО В ІМІДЖЕВИХ СТРАТЕГІЯХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ: ЛІНГВІСТИЧНА АРГУМЕНТАЦІЯ

Анотація. У статті розглянуто актуальні проблеми лінгвістичної іміджелогії – інноваційної гуманітарної дисципліни, яка досліджує мовні особливості творення іміджу. Закцентовано увагу на останніх здобутках у галузі медіалінгвоіміджелогії – напрямку

неолінгвістики, що вивчає лінгвістичні та екстралінгвістичні принципи іміджетворення у сучасних медійних текстах. Запропоновано інтерпретацію понять «іміджева стратегія» та «іміджева стратегія держави» у медіалінгвістиці. Визначено мовні фактори конструювання іміджу держави у ЗМІ. Проаналізовано вплив прецедентних номенів культури на формування національного та міжнародного іміджу України в сучасних медіа. Зроблено висновок про підвищення рівня зацікавленості засобів масової інформації до знакових для мовної свідомості суспільства постатей. Для української культури такими символічними фігурами є, зокрема, Ярослав Мудрий, Богдан Хмельницький, Григорій Сковорода, Тарас Шевченко, Леся Українка, Іван Франко, Валерій Лобановський, Андрій Шевченко, Віталій і Володимир Клички та ін. Особливе місце у національній пам'яті українців посідає прецедентний онім Тарас Шевченко. Своєрідним «поштовхом» до нового прочитання Шевченкової творчості та сприйняття особи автора стали події Майдану й Революції Гідності. Образ поета «ожив», актуалізувався в українській масовій культурі, що уможливило його використання в іміджевих стратегіях держави. Так, моніторинг останніх публікацій в українських та зарубіжних медіа («Дзеркало тижня», «Урядовий кур'єр», «День», ТСН, 24 канал, «The Telegraph» та ін.) переконливо свідчить про те, що апеляція до прецедентного для української культурної свідомості оніма Тарас Шевченко є важливою частиною іміджевої кампанії нашої держави. Доведено, що онім Тарас Шевченко фігурує у багатьох іміджевих стратегіях України, з-поміж яких найбільш впливовими є стратегія універсального (масового) іміджу, стратегія цільового іміджу, стратегія «креативного вибуху», стратегія позиціювання, міфологізації, емоціоналізації, візуалізації та ін. Сформульовано тезу про те, що апеляція до Кобзаря в рамках проведення іміджевої кампанії України може бути досить ефективною, адже Тарас Шевченко – це її «візитна картка», образ, що прочитується реципієнтами на вербальному та невербальному, емоційному й архетипному рівнях.

Ключові слова: лінгвістична іміджелогія, імідж, імідж України в медіа, іміджева стратегія, прецедентне ім'я, Тарас Шевченко.

Інформація про автора: Плєсун Ольга Миколàївна – аспірант, асистент кафедри стилістики та мовної комунікації; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: olga_2511@ukr.net.

Плясун О.Н.

ТАРАС ШЕВЧЕНКО В ИМИДЖЕВЫХ СТРАТЕГИЯХ СОВРЕМЕННОЙ УКРАИНЫ: ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ АРГУМЕНТАЦИЯ

***Аннотация.** В статье рассмотрены актуальные проблемы лингвистической имиджологии – инновационной гуманитарной дисциплины, которая исследует языковые особенности создания имиджа. Акцентируется внимание на последних достижениях в области медиалингвоимиджологии – направления неолингвистики, изучающего лингвистические и экстралингвистические принципы конструирования имиджа в современных медийных текстах. Предложена интерпретация понятий «имиджевая стратегия» и «имиджевая стратегия государства» в медиалингвистике. Определены языковые факторы создания имиджа государства в СМИ. Проанализировано влияние прецедентных номенов культуры на формирование национального и международного имиджа Украины в современных медиа. Сделан вывод о повышении уровня заинтересованности средств массовой информации к знаковым для языкового сознания общества фигурам. Для украинской культуры такими символическими фигурами являются, в частности, Ярослав Мудрый, Богдан Хмельницкий, Григорий Сковорода, Тарас Шевченко, Леся Украинка, Иван Франко, Валерий Лобановский, Андрей Шевченко, Виталий и Владимир Кличко и др. Особое место в национальной памяти украинцев занимает прецедентный оним Тарас Шевченко. Своеобразным «толчком» к новому прочтению творчества Шевченко и восприятия личности автора стали события Майдана и Революции Достоинства. Образ поэта «ожил», актуализировался в украинской массовой культуре, что сделало возможным его использование в имиджевых стратегиях государства. Так, мониторинг последних публикаций в украинских и зарубежных СМИ («Зеркало недели», «Урядовый курьер», «День», ТСН, 24 канал, «The Telegraph» и др.) убедительно свидетельствует о том, что апелляция к прецедентному для украинского культурного сознания ониму Тарас Шевченко является важной частью имиджевой кампании нашего государства. Доказано, что оним Тарас Шевченко фигурирует во многих имиджевых стратегиях Украины, среди которых наиболее влиятельными являются стратегия универсального (массового)*

.....

иміджа, стратегія цільового іміджа, стратегія «креативного взрива», стратегія позиціонування, міфологізації, емоціоналізації, візуалізації і др. Сформульован тезис о том, что апелляция к Кобзарю в рамках проведения іміджевої кампанії України може бути достаточнo ефективною, вeдь Тарас Шевченко – это ее «візитная карточка», образ, прочитываемый реципієнтами на вербальному і невербальному, емоціональному і архетипному рівнях.

Ключевые слова: лінгвістическа іміджелогія, імідж, імідж України в медіа, іміджева стратегія, прецедентне ім'я, Тарас Шевченко.

Інформація об авторі: Плясун Ольга Николаевна – аспірант, асистент кафедри стилістики і мовної комунікації; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронний адрес: olga_2511@ukr.net.

For any nation allocation of prominent figures, personalities that have determined the direction of development of a state, have become symbols of a certain historical epoch, cultural markers of a country seems quite reasonable and logical. For instance, such figures as William Shakespeare, Isaac Newton, Charles Darwin, Winston Churchill, Queen Victoria, Princess Diana are symbolic for British culture; Dante Alighieri, Marco Polo, Francesco Petrarca, Leonardo da Vinci, Galileo Galilei, Antonio Vivaldi represent the Italian culture; Jeanne d'Arc, Rene Descartes, Blaise Pascal, Louis XIV, Voltaire, Napoleon Bonaparte, Victor Hugo are deservedly considered as iconic figures of French history. Undoubtedly, Yaroslav the Wise, Bohdan Khmelnytsky, Grigory Skovoroda, Taras Shevchenko, Lesya Ukrainka, Ivan Franko, Valery Lobanovsky, Andriy Shevchenko, Vitaliy and Volodymyr Klychko have become significant and prominent figures of Ukrainian culture.

In linguistics, analogical proper names are described as **precedent**, i.e., according to L. Shevchenko, “they have a regulatory

nature and are perceived by recipients as approved in communication models, samples, symbols”¹ [14, p. 9].

In our view, a professional analysis of the peculiarities of functioning of precedent names in media texts is also important for image investigations. The latter includes scientific research in the field of **linguistic imageology** – innovative humanitarian discipline which studies linguistic features of image creation; and **medialinguistic imageology** – a science that, according to A. Shilin’s concept, explores “the linguistic and extralinguistic specificity of creating an image in “our” media texts” [15, p. 82].

We fully agree with L. Shevchenko that the precedent names of culture “allow us to make a peculiar linguistic screening of mass cultural consciousness of society” [14, p. 10]. Furthermore, meanings which such proper names produce have a great impact on the formation of internal (national) and external (international) **image of a country in media** and are one of the determining factors of its creation. In this context, it should be noted that precedent names of the various spheres of social activity (i.e. politics, economics, science, culture, literature, art, sports, history, etc.) are often used in image strategies of a state.

The term “**strategy**” was borrowed in science from the military sphere. The lexeme comes from the Greek “strategia”, which in translation means “the art of preparing and conducting war and major military operations” [4, p. 449]. In a figurative sense, this concept is interpreted as “the art of social and political leadership of the general public, which should determine the main direction of its actions” or “the course of action, the pattern of someone’s behavior” [4, p. 449]. Gradually, the term expanded the scope of its functioning and is now used not only in the military field, but also in political science, marketing, management, economics etc. According to A. Novyk’s observation, “the strategy was literally adapted and turned into an

¹In a translation from Ukrainian: «мають регулятивний характер і сприймаються реципієнтами як апробовані в комунікації моделі, зразки, символи» [14, с. 9]. Hereinafter all quotations are given in English translation

interdisciplinary category, which is now widely used both in science and applied research” [5, p. 63].

It is quite obvious that imageology as a new branch of humanitarian knowledge uses the conceptual apparatus of other sciences. In our case, we state the borrowing of the terms “strategy”, “state strategy” from the political terminology system and the development of new concepts – **“image strategy”**, **“image strategy of a state”**.

For instance, **image strategy** in professional literature is defined as “tactical ways of combining the image of a political leader and a party brand in election technology with a view to overlaying them in electoral campaigns”; “systematization of the main ideas of the image campaign” etc. [5, p. 64].

According to I. Vasylenko, **the image strategy of the state** is “a designed for a long historical period (25-30 years) program of systemic influence on world public opinion through all channels of mass communication and public diplomacy with the purpose of forming a stable positive internal and external policy image” [1]. As a rule, the indicated definitions function in political science research devoted to the study of the phenomenon of “the image of the state”. It is worth noting though that these categories are new for linguistics; hence, for the time being in professional literature there is no linguistic definition of the concept “image strategy of the state”.

To our mind, **in media linguistics the term “image strategy of the state”** can be interpreted as a deliberate work of all media (press, radio, television, Internet) aimed at achieving the most favorable and desirable internal (national) and external (international) image. In the process of this work journalists use effective linguistic means of image-making, such as writing and distribution of image texts and image plots, accumulation of affective expressions, emotionally-evaluative lexemes, emotional subjective judgments, usage of suggestive neuro-linguistic technologies etc.

In modern science, a sufficiently large number of scientific works is devoted to the study of mechanisms for the formation and implementation of the image strategy of the state. In this area G. Pocheptsov’s works are particularly worth noting (“Image: from

pharaohs to presidents”, 1997 [8]; “Image”, 2006 [7]; “Profession: image-maker”, 1998 [9]; “Public Relations, or How to successfully manage public opinion”, 1998 [10] etc.). For instance, the list of the main image strategies and tactics (i.e. positioning, manipulation, mythmaking, emotionalization, verbalization, metaphorization etc.), proposed by the scholar, is, to our mind, quite logical; accordingly, it is widely used by representatives of various areas of image-making – political, economic, linguistic asf. Scientific interest is also given to innovative research conducted by A. Novyk [5], I. Panteleichuk [6], O. Tyukarkina [12], G. Rogochai [11], I. Vasylenko [1, 2] etc.

The scientific researches of the psychologist O. Zmanovska [3] are important for understanding the basic principles of image management and, accordingly, the peculiarities of constructing effective image strategies. The researcher explains the concept “image strategy” as “the direction and general guidelines for building an image” [3, p. 87].

Content analysis of publications about Ukraine in modern mass media demonstrates widespread usage of precedent names and figures, symbolic for Ukrainians and their language consciousness. The founder of the new Ukrainian literary language **Taras Shevchenko** is, beyond any doubt, one of the most decisive and notable figures of Ukrainian culture. Moreover, the poet’s image is an integral part of the national memory of our country.

Today Taras Shevchenko is not only a precedent name. He is a carrier of heterogeneous meanings, reflections which require detailed study and scientific argumentation. We fully agree with L. Shevchenko that “shevchenkiana is a great continent in both philological and historical studies, where there are various research genres, concepts, ideologues, attempts to find subtle tools for the interpretation of the mystery of Shevchenko’s word” [13, p. 8].

In linguistic science, **an image aspect** can be a new stage in Shevchenko studies. In particular, the object of our research interest is the linguistic peculiarities of the usage of the proper name Taras Shevchenko in image strategies of modern Ukraine. It should be noted that in media communication a well-known proper name Taras Shevchenko is used quite often, which can be explained by the

special role of the poet in the national-cultural identity of Ukrainians. The monitoring of recent publications in Ukrainian and foreign media proves that the appeal to the precedent name for the Ukrainian cultural consciousness **Taras Shevchenko** is an important part of the image campaign of our state, in the context of which one should emphasize the following **image strategies**:

1) **the strategy of the universal (mass) image** – is formed on the basis of social stereotypes and collective images [3, p. 87]. The main objective of the above-mentioned strategy is to construct an image which “focuses simultaneously on different social groups” [3, p. 87]. According to our observations, in media this strategy is used by selecting lexemes that have a nation-oriented character and expressive emotional and appraisal connotation. At the linguistic level, this strategy is implemented in:

- **periphrases with appreciative component²**, e.g.: *“It is **Kobzar** who remains and will remain **the marker of Ukrainian identity**. Like Shakespeare for all Englishmen – even those who never read his books and saw his plays. That is why our knowledge and especially our idea of the poet matters principally: how we perceive him, we perceive ourselves and our future”* [Dzerkalo tyzhnia, 10.03.2017]; *“Delivering a speech at the ceremony of awarding the Taras Shevchenko Prize, Petro Poroshenko congratulated Ukrainians on the 203rd anniversary of the birth of Kobzar, stressing that **this is the figure that unites Ukrainians and creates Ukraine**”* [Uriadovyi kurier, № 46 (5915), 2017]; *“It is **Shevchenko** who is called with love and respect **the father of the Ukrainian nation**”* [Uriadovyi kurier, № 46 (5915), 2017]; *“The stage also carries an unusually banal – but fit for purpose – saying of **Taras Shevchenko, the poet and author regarded as the Chaucer of Ukrainian literature**, who apparently said: “Battle on – and win your battles!”* (fn Jeffrey Chaucer – an English poet, “the father of English poetry”, one of the founders of

²Hereinafter all the illustrative material is submitted in English translation, the original can be found at the end of the article before the list of literature

English national literature and literary English) [The Telegraph, 11.06.2016].

In the last illustrative material one can notice an interesting periphrasis: **Taras Shevchenko – Chaucer of Ukrainian literature**. In fact, this testifies to a combination of various linguocultural meanings in the periphrasis. Jeffrey Chaucer, one of the founders of English national literature and literary English, is an iconic figure for the English, often called “the father of English poetry”. For Ukrainians Taras Shevchenko is such a symbolic person, and the use of this expression evidences a high appreciation of the poet’s creative work in England. This in turn can positively affect the construction of Ukraine’s external image.

- **emotionally evaluative metaphors, personifications:** “*Shevchenko’s majesty and power is not only in his poetry. He returned historical memory to the Ukrainians, awakened national consciousness and forced to recall dignity, inspired the nation to struggle*” [Uriadovyi kurier, № 46 (5915), 2017]; “*Taras Shevchenko’s “Testament” raised the national liberation wave of the Ukrainian Revolution of 1917-1920, and now Ukrainians must master its main lesson – the lesson of unity*” [Uriadovyi kurier, № 46 (5915), 2017]; “*Shevchenko created the modern Ukrainian language and the concept of Ukrainians as a nation*” [The Telegraph, 04.02.2010]; “*Taras Shevchenko is the national poet, a man born into serfdom in the 19th century who would elevate the Ukrainian language to the literary and with it foster ideas of Ukraine as a nation*” [The Telegraph, 16.06. 2012];

- **stylistic hyperboles:** “*we have not reached the full weight of the light of not only Ukraine but of all mankind*” [Den’, 21.05. 2016];

- **epithets with evaluative function:** “*Even among his contemporaries confirmed the view that he was a giant, a genius poet, artist, thinker, the great son of Ukraine. And these are not pathetic words, but the truth. Such an estimation of the genius gave time, made minds ...*” [Den’, 21.05. 2016]; “*The country’s national hero is a figure little known abroad but fundamental to its modern identity – the 19th century poet Taras Shevchenko, whose bushy*

.....

moustache and frowning eyes are to be seen on statues in almost every town» [The Telegraph, 04.02.2010] etc. It should be noted that in order to achieve the desired effect – the creation of a favorable state image in media – journalists use not only precedent name **Taras Shevchenko**, but also use quotes from the author's poems: *“The President ... assured that today Ukrainians have a clear understanding of their “wide road”* [Uriadovyi kurier, № 46 (5915), 2017];

2) **target image strategy** – is constructed with an orientation towards a particular image audience and its characteristics [3, p. 87]. The purpose of the target image strategy is to meet the expectations of a clearly defined social group (i.e. narrowly professional, children's, youth, intellectual, etc.) [3, p. 87-88].

In particular, in Ukrainian media this strategy is realized in **the selection of lexemes with semantics of age**: *“Taras Shevchenko may be interesting to a young Ukrainian. Just don't make him an icon”, emphasizes singer Svyatoslav Vakarchuk. “I believe that this is a big mistake (and maybe it was specially made by someone in Soviet times) – the iconization of Shevchenko. An interesting progressive poet was turned into a symbol of Ukraine's sadness. We must change the attitude to his image, because there are many life-affirming things in his poetry”* [Radio «Svoboda», 10.03.2009]; *“Modern Shevchenko for modern youth”* [http://su.org.ua, 28.02.2014]; *“Taras Shevchenko through the eyes of Lviv youth”* [http://city-adm.lviv.ua, 20.03.2014] etc.

3) **“breaking usual stereotypes” or “creative explosion” strategy** – is aimed at creating “an original image which stands out sharply against the background of the usual images” [3, p. 89]. One should note that in Ukrainian media the use of the above-mentioned strategy is followed in publications which are of a sensational nature, mainly in headlines: *“Taras Shevchenko: facts about an artist that the majority doesn't know”* [Channel 24, 09.03.2016], *“5 facts about Shevchenko, which are not taught at school”* [TSN, 09.03.2017], *“15 little-known facts about Taras Shevchenko”* [etnoxata.com.ua]. To enhance the effect of novelty and sensationalism journalists use **tautology as a stylistic device**: *“Unknown facts about known*

Kobzar” [tv-news.dp.ua, 09.03.2016], “**Unknown of the well-known: 7 facts about Taras Shevchenko**” [tvoemisto.tv, 09.03.2017] etc.

4) “**positioning**” strategy, the main purpose of which is “immersing an object in a favorable information environment” and “inclusion of emotional component of image making, which has a great influence on recipients and is quite memorable” [7, p. 125-126]. In media this strategy is used in **emotional** and **appraisal nominations**: «*Shevchenko is the spirit of Ukraine, the best of the poets to express the sufferings and hopes of ordinary Ukrainians*» [counterpunch.org, 01.04.2016], «*Shevchenko has long been the most famous of Ukrainian poets and certainly the most loved one*» [counterpunch.org, 01.04.2016] etc.

5) “**mythologization**” strategy, the main task of the latter is “to build a double message, bypass the filter of the audience, affect it at the subconscious level” [7, p. 144]. We should note that this strategy is very effective in image publications about Ukraine. It involves the usage of **national myths** and **archetypes**. In this context we fully agree with G. Pocheptsov’s opinion that “myth and archetype belong to the very type of information which at a deep level is present in each of us, and the task is to activate this symbolism in a direction that is beneficial for the communicator” [7, p. 144]. For instance, in many Ukrainian and foreign media the proper name **Taras Shevchenko** is related to the archetypes “**father**” and “**son**”: «*Taras Shevchenko... The son of the Ukrainian people. The father of Ukraine. He became a symbol of liberty, justice and endurance for every citizen of Ukraine, a symbol of the Ukrainian national movement and revival. As a literary scholar Ivan Dzyuba writes, «Taras Shevchenko is Ukraine». And this statement is truly indisputable*» [blogs.korrespondent.net, 11.11.2013], «*Largely regarded as the father of Ukrainian literature and linguistics, Taras Shevchenko was a brilliant but controversial philosophical artist and scholar of the 19th century*» [theculturetrip.com, 26.12.2016];

6) “**emotionalization**” strategy, aimed at special accumulation of emotionally coloured information in a text, which “easily passes

the audience filters and is much more memorable” [7, p. 162]. Such information, according to G. Pocheptsov, is more “alive”, respectively, it is perceived by recipients as clear and familiar [7, p. 162]. A linguistic analysis of the media content about our state before **the Revolution of Dignity** and after it clearly indicates that publications about Ukraine in recent years (2014-2018) are more emotionally coloured, hence, they perform better the most important function in media – the **influence function**. Certainly, the figure of Taras Shevchenko plays an important role in this change, as Ukrainians perceive the poet’s image as “**the spiritual Hetman of the Maidan**”: *“That is why the creative work of Taras Shevchenko is perceived so **emotionally** today, it lives so organically in the ethnonational spiritual space of the Ukrainian people’s existence. In many respects, thanks to Shevchenko, such popular protest shifts as **the Orange Revolution** and **Euromaidan** have become **revolutions of the spirit**. The national spirit, which breaks to revive and establish the national and human dignity of Ukrainian citizens, achieve the truth and justice by non-violent methods. That is why **Taras Shevchenko is so “inquired” today**”* [incognita.day.kiev.ua, from the article by academician of the National Academy of Sciences of Ukraine M. Zulinsky], *“People needed an inspirer who would understand them and **maintain the power of the spirit at the most difficult moments**. And Ukrainians had such an inspirer. **Shevchenko** became not only the most famous poet, but a kind of **prototype of a fiery and irreconcilable revolutionist, a folk hero** who lived between barricades, acted with activists and stood with them under bullets. He turned into a popular folklore image that appeared in various romantic and mythological semblances: a philosopher – a Buddhist monk, if not the Buddha itself, a fiery CheGevan in a T-shirt with the inscription “Che”, in countless interpretations of the current Ukrainian revolutionary with a closed balaclava face, desperate with a tire on his shoulder on Hrushevsky Street, with a bat in his hands against the background of the flag, with a saber, with Molotov’s cocktails or in an orange building helmet which was a symbol of the “self-defense” fighter of Maidan in 2014. Folk artists confer the poet who, with a stroke of foot, drops*

a monument to Lenin from the pedestal with supernatural forces or portray him in the Superman suit. Shevchenko “comes to life”...” [aspen.org.ua, 24.11.2014], *“Taras Shevchenko became a symbol of the revolution for Ukrainians. With the words of Shevchenko they go to the barricades of the Maidan. Under his gaze they are ready to give their life. To be free. It seems that if Taras Grygorovych lived today, he would also be these days in a helmet, in warm clothes and at the capital’s Maidan”* [gig.if.ua, 23.04. 2014], *“We needed his word. Because it remains relevant today. It is important to each of us as a powerful energy accumulated by many generations and concentrated in the poet’s prophecies that are able to consolidate the society before the new challenges of time* [aspen.org.ua, 24.11.2014];

7) **“visualization” strategy**– the impact immediately on several channels: verbal and visual [7, p. 200]. It should be noted that visualization is a very effective and successful image strategy, because “there is no need to explain visual manifestations, they affect a person beyond his or her consciousness” [7, p. 200]. In the context of the image policy of our state we note that this strategy is often used by the Ukrainian media as a way to actualize the image of Taras Shevchenko in the cultural consciousness of the society. The latter includes the interpretation of the author’s personality in contemporary art. And again, the events of the Ukrainian revolution in 2014 became a kind of impetus for a new reading, a new “vision” of Shevchenko, as after the Maidan new portraits of Kobzar were created: Shevchenko-Superman, Shevchenko at the Maidan, Shevchenko in the ATO etc. For instance, at the exhibition “Modern look at Taras Shevchenko (artistic interpretation)”, which took place on March 11, 2015 at the Institute of Philology of Taras Shevchenko National University of Kyiv on the occasion of the International Roundtable to the 201st anniversary of the writer’s birth, paintings by world-famous Ukrainian artists A. Yermolenko, Y. Shapoval, O. Shuplyak and N. Guziy were presented. On these paintings Shevchenko is presented in rather unusual hypostases. In particular, A. Yermolenko depicted the poet as Elvis Presley (Figure 1), a cossack-anarchist (Figure 2), an Indian teacher-prophet (Figure 3); in

artistic interpretation of Y. Shapoval Taras Shevchenko is depicted as a participant of ATO on barricades with a tire in his hands (Figure 4). “Ukrainian Salvador Dali” O. Shuplyak, a master of illusory paintings, depicted Shevchenko’s face against the background of a boy who grazes lambs – in fact, it is an illustration to the author’s poem “I was thirteen” (Figure 5), cossack playing the Kobza (painting “The spirit of freedom”, Figure 6), etc., while N. Huziy presented images from “Kobzar” on Easter eggs (Figure 7). Our attention is also drawn to the portrait of a young Shevchenko, established on the square of Independence in Rivne (Figure 8). Created in the form of a mosaic of one and a half thousand photographs of Ukrainians, it clearly confirms that Shevchenko is each of us.

The image of Taras Shevchenko in contemporary interpretation of Ukrainian artists

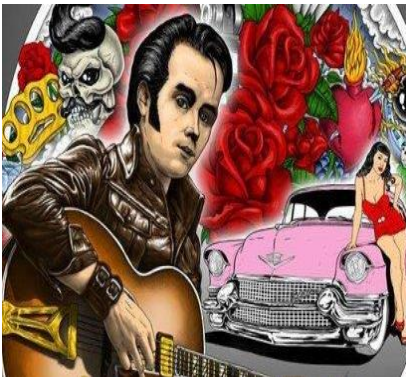


Figure 1. Shevchenko in the image of Elvis Presley



Figure 2. Shevchenko as cossack-anarchist



Figure 3. Shevchenko-Indian teacher-prophet

Figure 4. Shevchenko participant of ATO



Figure 5. "I was thirteen"

Figure 6. "The Spirit of Freedom"



Figure 7. Images from “Kobzar” on Easter eggs



Figure 8. Portrait of Shevchenko on Independence Square in Rivne

Therefore, the analysis of contemporary Ukrainian and foreign media content indicates an increase in the level of media's interest to precedent figures which are significant for the language consciousness of a society. In the national memory of the Ukrainian people the proper name Taras Shevchenko occupies a special place. The events of Maidan and the Revolution of Dignity became a kind of “push” to the new reading of Shevchenko's creative work and the perception of the author's personality. The poet's image “revived” and was actualized in Ukrainian mass culture, which made it possible to use it in the image strategies of the state. The investigation shows that the appeal to Kobzar in the framework of the Ukrainian image campaign can be quite effective; after all, Taras Shevchenko is its “business card”, an image that concentrates in itself a large number of meanings which are read by recipients on many levels: verbal and non-verbal, emotional and archetypal etc. Meanwhile, the issue of

linguistic programming of a positive state image, taking into account the meanings formed in the mass consciousness of Ukrainians, needs to be thoroughly developed and opens the prospect for new scientific research in this field.

The original of the illustrative material (in the order of its reduction in the article):

• **перифрази з компонентом оцінності:** *«Саме Кобзар залишається й залишатиметься маркером української ідентичності. Як Шекспір для всіх англійців — навіть тих, які жодного разу не брали до рук його книг і не бачили жодної вистави. Тому наше знання й особливо уявлення про поета має значення принципове: яким ми сприймаємо його, такими сприймаємо себе й своє майбутнє»* [Дзеркало тижня, 10.03.2017]; *«Виступаючи на церемонії вручення премії імені Тараса Шевченка, Петро Порошенко привітав українців із 203-ю річницею із дня народження Кобзаря, наголосивши, що це та постать, яка об'єднує українців і створює Україну»* [Урядовий кур'єр, № 46 (5915), 2017 р.]; *«Саме Шевченка з любов'ю і пошаною вже не одна генерація називає батьком української нації»* [Урядовий кур'єр, № 46 (5915), 2017 р.];

• **емоційно-оцінні метафори, персоніфікації:** *«Сила й велич Шевченка не лише в його поезії. Він повернув українцям історичну пам'ять, розбудив національну свідомість і примусив згадати про гідність, надихнув на боротьбу»* [Урядовий кур'єр, № 46 (5915), 2017 р.]; *«"Заповіт" Тараса Шевченка підняв національно-визвольну хвилю Української революції 1917-1920 років, і нині українці мають засвоїти її головний урок - урок єдності»* [Урядовий кур'єр, № 46 (5915), 2017 р.];

• **стилістичні гіперболи:** *«... ми до кінця й не осягнули вагу світоча не лише України, а й усього людства»* [День, 21.05.2016];

• **епітети з оцінною функцією:** *«Ще серед сучасників утвердилася думка, що він велет, геніальний поет, художник, мислитель, великий син народу. І це не пафосні слова а свята правда. Таку оцінку генію дав час, склали уми...»* [День, 21.05.

2016]; «Президент ... запевнив, що сьогодні в українців з'явилося чітке усвідомлення **“свого шляху широкого”**» [Урядовий кур'єр, № 46 (5915), 2017 р.];

• **добір лексем із віковою семантикою:** *«Тарас Шевченко може бути цікавий молодому українцю. Тільки не треба робити з нього ікону, наголошує співак Святослав Вакарчук. «Я вважаю, що це велика помилка (а, можливо, це навіть спеціально було кимсь зроблено в радянські часи) – іконізація Шевченка. Цікавого прогресивного поета перетворили на символ смутку України. Треба змінити ставлення до його образу, адже в його поезії багато життєствердних речей»* [Радіо «Свобода», 10.03.2009]; *«Сучасний Шевченко для сучасної молоді»* [<http://su.org.ua>, 28.02.2014]; *«Тарас Шевченко очима львівської молоді»* [<http://city-adm.lviv.ua>, 20.03.2014] та ін.;

• **заголовки:** *«Тарас Шевченко: факти про митця, яких не знає більшість»* [24 канал, 09.03.2016], *«5 фактів про Шевченка, які не вивчають у школі»* [ТСН, 09.03.2017], *«15 маловідомих фактів про Тараса Шевченка»* [etnoxata.com.ua];

• **тавтологія як стилістичний засіб:** *«Невідомі факти про відомого Кобзаря»* [tv-news.dp.ua, 09.03.2016], *«Невідоме про відомого: 7 фактів про Тараса Шевченка»* [tvoemisto.tv, 09.03.2017] та ін;

• **використання архетипів «батько» та «син»:** *«Тарас Шевченко... Син українського народу. Батько України. Він став символом волі, справедливості та витривалості для кожного громадянина підневільної України, символом українського національного руху та відродження. Як пише літературознавець та шістдесятник Іван Дзюба, ... “Тарас Шевченко – це Україна”. І це твердження є дійсно безперечним»* [blogs.korrespondent.net, 11.11.2013];

• **конструювання образу Шевченка як «духовного гетьмана Майдану»:** *«Ось чому так емоційно чутливо сприймається й сьогодні творчість Тараса Шевченка, так органічно вона живе в етнонаціональному духовному просторі буття українського народу. Саме багато в чому завдяки*

Шевченкові такі всенародні протестні зрушення, як **помаранчева революція та Євромайдан**, стали **революціями духу**. Духу національного, який поривається відродити й утвердити національну і людську гідність громадян України, добитися правди і справедливості ненасильницькими методами. Саме тому так сьогодні «запитуваний» **Тарас Шевченко** [incognita.day.kiev.ua, зі статті академіка НАН України М. Жулинського]; «Людам потрібен був **натхненник**, який розумів їх і підтримував силу **духу в найважчі хвилини**. І такий натхненник в українців був. **Шевченко** став не просто найвідомішим поетом, а своєрідним першообразом **полум'яного і непримиренного революціонера, народним героєм**, що жив поміж барикад, діяв разом із активістами і стояв із ними під кулями. Він перетворився на популярний фольклорний образ, що являвся у різних романтично-міфологічних подобах: то філософа - буддиського монаха, якщо не самого Будди, то полум'яного ЧеГеваре у футболці із написом «Че», то у незліченних інтерпретаціях нинішнього українського революціонера із закритим балаклавою обличчям, відчайдуха із шиною на плечі на вулиці Грушевського, із битою у руках на тлі прапора, із шаблею, із коктейлями Молотова чи у помаранчевій будівельній касці, що була символом «бійця» самооборони Майдану 2014 року. Народні художники наділяють надприродними силами поета, який ударом ноги скидає із п'єдесталу пам'ятник Леніну, або ж зображають його в костюмі Супермена. **Шевченко «оживає»...**» [aspen.org.ua, 24.11.2014]; «**Тарас Шевченко став символом революції** для українців. Зі словами Шевченка йдуть на барикади Майдану. Під його поглядом **готові віддати життя**. Аби бути вільними. Здається, якби Тарас Григорович жив сьогодні, він теж був би у ці дні в касці, в теплому одязі і на столичному Майдані» [gig.if.ua, 23.04. 2014]; «Нам потрібне було його слово. Бо воно залишається **актуальним і до сьогодні**. Воно важливе кожному з нас як **потужна енергія**, накопичена багатьма поколіннями і сконцентрована у пророцтвах поета, що здатні **консолідувати**

.....
суспільство перед новими викликами часу [aspen.org.ua, 24.11.2014].

REFERENCES

1. Vasilenko I.A. *Image strategy of modern Russia* [Imidzhevaya strategiya sovremennoy Rossii]. *Rossiya i mir: anatomiya sovremennykh protsessov: sbornik statey*. Moscow, 2014. P. 390-414.
2. Vasilenko I.A. *The role of technologies of "soft power" in the formation of Russia's image strategy* [Rol' tekhnologiy «Myagkoy sily» v formirovanii imidzhevoy strategii Rossii]. *Kontury global'nykh transformatsiy: politika, ekonomika, pravo*. 2015. №1 (39). P. 28-34.
3. Zmanovskaya E.V. *Managing a personal image* [Upravleniye lichnym imidzhem]. 2005. 144 p. P. 87-89.
4. *Dictionary of the Ukrainian language: in 11 volumes* [Slovyk ukrayins'koyi movy: v 11 tomakh]. Volume 9, 1978. P. 751. URL: <http://sum.in.ua/s/strateghiya>.
5. Novyk A.O. *Image strategies in presidential election campaigns in Ukraine* [Imidzhevi stratehiyi u prezydentiv'skykh vyborchikh kampaniyakh v Ukrayini] *Filosofiya i politolohiya v konteksti suchasnoyi kul'tury*. 2013. Volume 6 (2). P. 61-66.
6. Panteleychuk I.V. *Mechanisms for the formation and implementation of the state image strategy* [Mekhanizmy formuvannya ta realizatsiyi derzhavnoyi imidzhevoyi stratehiyi]. *Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok*. 2012. № 9.
7. Pocheptsov G.G. *Imageology* [Imidzhelohiya]. Kiev, 2006. 574 p.
8. Pocheptsov G.G. *Image: from pharaohs to presidents. Construction of imaginary worlds in myth, fairy tale, anecdote, advertising, propaganda and public relations* [Imidzh: ot faraonov do prezidentov. Stroitel'stvo voobrazhayemykh mirov v mife, skazke, anekdote, reklame, propagande i pablik rileyshnz] Kiev, 1997. 328 p.
9. Pocheptsov G.G. *Profession: image maker* [Professiya: imidzhmeyker]. Kiev, 1998.
10. Pocheptsov G.G. *Public relations, or how to successfully manage public opinion* [Pablik rileyshnz, ili kak uspeshno upravlyat' obshchestvennym mneniyem]. Moscow, 1998.
11. Rogochaya G.P. *Historical memory in the context of image strategies* [Istoricheskaya pamyat' v kontekste imidzhevyykh strategiy]. *Problemy natsional'noy bezopasnosti Rossii: uroki istorii i vyzovy sovremennosti. 25 let bez Sovetskogo Soyuza : sbornik Statey mezhdunarodnoy konferentsii*. Krasnodar, 2016. P. 156-161.

12. Tyukarkina O.M. *Modern image strategies of the European Union countries: the experience of comparative analysis* [Sovremennyye imidzhevyye strategii stran Yevropeyskogo Soyuza: opyt sravnitel'nogo analiza]. *Diplomaticheskaya sluzhba*. 2012. №1.

13. Shevchenko L.I. *Meanings of Taras Shevchenko and mass media: the situation before anniversary* [Smysly Tarasa Shevchenka y mas-media: peredyuvileyna sytuatsiya]. *Aktual'ni problemy ukrayins'koyi linhvistyky: teoriya i praktyka: zb. naukovykh prats'*. Volume 27. Kyiv, 2013. 190 p. P. 7-18.

14. Shevchenko L.I. *Precedent names of culture in Ukrainian media* [Pretsedentni nomeny kul'tury v ukrayins'kykh media]. *Aktual'ni problemy ukrayins'koyi linhvistyky: teoriya i praktyka: Zb. naukovykh prats'*. Kyiv, 2017. Volume 34. 129 p. P.7-18.

15. Shylyna A.G. *Media linguistic imageology and media linguistic imagology as the meso paradigms of media linguistics* [Medialingvoimidzhologiya i medialingvoimagologiya kak mezoparadigmy medialingvistiki]. *Mezhkul'turnyye kommunikatsii: nauchnyye shkoly i sovremennyye napravleniya lingvisticheskikh issledovaniy: tezisy dokladov uchastnikov mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii*. Simferopol, 19-20 April 2016. p. 82-84. P. 82.

ЛІТЕРАТУРА

1. Василенко И.А. Имиджевая стратегия современной России. *Россия и мир: анатомия современных процессов*. 2014. С. 390-414.

2. Василенко И.А. Роль технологий «Мягкой силы» в формировании имиджевой стратегии России. *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право*. 2015. №1 (39). С.28-34.

3. Змановская Е.В. Управление личным имиджем. 2005. 144 с. С. 87-89.

4. Словник української мови: в 11 томах. Том 9. 1978. С. 751. URL: <http://sum.in.ua/s/strateghiya>.

5. Новик А.О. Іміджеві стратегії у президентських виборчих кампаніях в Україні. *Філософія і політологія в контексті сучасної культури*. 2013. Вип. 6(2). С. 61-66.

6. Пантелейчук І.В. Механізми формування та реалізації державної іміджевої стратегії. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2012. № 9.

7. Почепцов Г.Г. Имиджология. Киев, 2006. 574 с.

8. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. Киев, 1997. 328 с.

9. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. Киев, 1998.

10. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. Москва, 1998.

11. Рогочая Г.П. Историческая память в контексте имиджевых стратегий. *Проблемы национальной безопасности России: уроки истории и вызовы современности. 25 лет без Советского Союза: сборник статей международной конференции*. Краснодар, 2016. С. 156-161.

12. Тюкаркина О.М. Современные имиджевые стратегии стран Европейского Союза: опыт сравнительного анализа. *Дипломатическая служба*. 2012. №1.

13. Шевченко Л.І. Сенси Тараса Шевченка й мас-медіа: передуючі ситуація. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика: зб. наукових праць*. Вип. 27. Київ, 2013. 190 с. С. 7-18.

14. Шевченко Л.І. Прецедентні номени культури в українських медіа. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика: зб. наукових праць*. Київ, 2017. Вип. 34. 129 с. С. 7-18.

15. Шилина А.Г. Медиалингвоимиджология и медиалингвоимагология как мезопарадигмы медиалингвистики. *Межкультурные коммуникации: научные школы и современные направления лингвистических исследований: тезисы докладов участников международной научной конференции*. Симферополь, 19-20 апреля 2016. с. 82-84. С. 82.

RESOURCES

1. Mirror of the week. Shevchenko without a tower. URL: <https://zn.ua/project/shevchenko/>

2. Government Courier. Understanding Shevchenko's heritage as a resistance to the Moscow poison. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/osmislennya-spadku-shevchenka-yak-protidiya-moskov/>

3. The Telegraph. Ukraine is a great European state. Lest we forget, it is still at war. URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/06/11/ukraine-is-a-great-european-state-lest-we-forget-it-is-still-at/>

4. The Telegraph. Ukraine, Europe's enigmatic frontier. URL: <https://www.telegraph.co.uk/expat/expatnews/7155268/Ukraine-Europes-enigmatic-frontier.html>

5. The Telegraph. Euro 2012: national hero Andrei Shevchenko stirred into final hurrah against England for beloved Ukraine. URL: <https://www.telegraph.co.uk/sport/football/teams/england/9335810/Euro-2012-national-hero-Andrei-Shevchenko-stirred-into-final-hurrah-against-England-for-beloved-Ukraine.html>

6. Day. Taras Shevchenko: nothing human is alien to him. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/ukrayinci-chytayte-taras-shevchenko-nishcho-lyudske-yomu-ne-chuzhe>

7. Radio Liberty. Shevchenko behind the scenes. What Taras Shevchenko might be of interest to contemporary Ukrainians? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/1507410.html>

8. Contemporary Shevchenko for modern youth. URL: <http://su.org.ua/2014/02/сучасний-шевченко-для-сучасної-молод/>

9. Taras Shevchenko with the eyes of Lviv youth. URL: <http://city-adm.lviv.ua/news/culture/216439-taras-shevchenko-ochyma-lvivskoi-molodi>

10. Taras Shevchenko: facts about the artist which the majority does not know. URL: https://24tv.ua/taras_shevchenko_fakti_pro_mittsya_yakih_ne_znaye_bilshist_n665573/amp

11. 5 facts about Shevchenko which are not taught at school. URL: <http://tsn.ua/blogi/themes/books/5-faktiv-pro-shevchenka-yaki-ne-vivchayut-u-shkoli-893260.html>

12. 15 little known facts about Taras Shevchenko. URL: <https://etnoxa.com.ua/statti/traditsiji/15-malovidomih-faktiv-pro-tarasa-shevchenka/>

13. Unknown facts about the famous Kobzar. URL: <http://tvnews.dp.ua/novyny/1601-nevidomi-fakty-pro-vidomoho-kobzaria>

14. Unknown about the known: 7 facts about Taras Shevchenko. URL: http://tvoemisto.tv/news/nevidome_pro_vidomogo_tsikavi_fakty_pro_tarasa_shevchenka_84386.html

15. Taras Shevchenko, the national poet of Ukraine... and 'Russian' Donetsk. URL: <https://www.counterpunch.org/2016/04/01/taras-shevchenko-the-national-poet-of-ukraine-and-russian-donetsk/>

16. Taras Shevchenko – Father of the Ukrainian people. URL: <https://blogs.korrespondent.net/blog/users/3211396-taras-shevchenko-batko-ukrainskoho-narodu>

17. Taras Shevchenko and the search for a Ukrainian literary identity. URL: <https://theculturetrip.com/europe/ukraine/articles/taras-shevchenko-and-the-search-for-a-ukrainian-identity/>

18. Taras Shevchenko and Euromaidan. URL: <http://incognita.day.kiev.ua/taras-shevchenko-ta-yevromajdan.html>

19. Shevchenko's image in the folklore text-making of Maidan. URL: <http://aspen.org.ua/uk/component/k2/item/232-obraz-shevchenka-u-folklornomu-tekstotvorenni-maidanu>

20. Shevchenko on Maidan. URL: <http://gig.kosiv.biz/1067/>

Дата надходження до редакції – 23.10.2017 р.

Дата затвердження редакцією – 16.11.2017 р.

МОВОЗНАВЧА АСПЕКТОЛОГІЯ **РЕЛІГІЙНОГО ДИСКУРСУ**

УДК 81`366+81`367^225

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

Шевченко Л.Л.

МОДЕЛЮВАННЯ КОНЦЕПТІВ НОВОГО ЗАВІТУ ЗАСОБАМИ МОРФОЛОГІЇ ТА СИНТАКСИСУ

Анотація. Проблема вивчення текстових концептів займає важливе місце серед інших видів концептуальних досліджень. Застосування поняття «концепт» при дослідженні текстів викликане необхідністю його використання при аналізі текстотвірних засад твору, виявлення авторських концептуальних пріоритетів, провідних тем та ідей, глибинних текстових смислів та ін. Організація текстових концептуальних об'єднань на основі взаємообумовлених і взаємопов'язаних елементів значення виходить за межі лексико-семантичної сфери. Концептосфера Нового Завіту представлена не лише лексичними засобами, хоча вони є основним будівельним матеріалом для її створення. Значне місце серед концептотвірних компонентів тексту Нового Завіту займають морфологічні та синтаксичні засоби. Дослідження проводилось шляхом контекстного узагальнення одиниць репрезентації найбільш значимих концептів Нового Завіту: "Ісус Христос", "Бог", "Господь", "Отець", "Віра", "Закон", "Гріх", "Спасіння", "Благодать", "Царство Небесне", "Євангеліє", "Жертва". Використана методика польового аналізу, яка базується на аналізі засобів, що забезпечують змістову впорядкованість та зв'язність концептуальних утворень. Основною системоутворення в концептуальних полях є зв'язки ключових слів – репрезентантів концептів і засобів морфології та синтаксису. Концептотвірних властивостей вони набувають тоді, коли задіюються в контекстах для формування певної концептуальної ознаки і за умови їх багаторазового використання у тексті. Аналіз вербалізаторів концептів, їх зв'язків і взаємодії у досліджуваному творі дозволяє робити висновки щодо основних принципів і закономірностей

.....

концептуалізації дійсності у тексті Нового Завіту. Виконане дослідження його концептосфери продемонструвало, що елементи її моделювання мають своє значне представництво у сферах морфології та синтаксису. Повнота реконструкції інтерпретативної картини її вербалізації може бути забезпечена за умови комплексного аналізу їх концептотвірних можливостей.

Ключові слова: *Новий Завіт, текстовий концепт, концептуальне поле, морфологічні та синтаксичні засоби, концептуальна модель, концептосфера.*

Інформація про автора: *Шевченко Лариса Леонідівна – кандидат філологічних наук; завідувач відділу лінгвістики; Український мовно-інформаційний фонд Національної академії наук України.*

Електронна адреса:

Shevchenko L.L.

MODELING OF CONCEPTS OF THE NEW TESTAMENT BY MEANS OF MORPHOLOGY AND SYNTAX

Annotation. *The problem of studying text concepts takes an important place among other types of conceptual studies. The usage of the term "concept" in the study of texts is caused by the need for it for the analysis of text-based principles of the work, identification of author's conceptual priorities, leading themes and ideas, deep text meanings etc. The organization of text's conceptual associations based on mutually related and interrelated elements goes beyond the lexical-semantic sphere. The conceptosphere of the New Testament is represented not only by lexical means, although they are the main building material for its creation. Morphological and syntactic means have a significant place among the concept-forming elements of the text of the New Testament. The study was conducted through the context-based generalization of the representation units of the most significant concepts of the New Testament: "Jesus Christ", "God", "Lord", "Father", "Faith", "Law", "Sin", "Salvation", "Grace", "Kingdom of Heaven", "Gospel", "Victim". Author had used method of field analysis, which is based on the analysis of the means providing the content order and connectivity of conceptual entities. The basis of systematization in conceptual fields is the linkage of key words – representatives of the*

morphology and syntax concepts and means. They acquire concept-forming properties when they are used in contexts for the formation of a certain conceptual feature and when they are repeatedly used in the text. The analysis of the verbalizers of the concepts, their connections and interaction in the studied work allows to make conclusions about the basic principles and regularities of the conceptualization of reality in the text of the New Testament. This study of its conceptosphere has demonstrated that the elements of its modeling have a significant representation in the spheres of morphology and syntax. The completeness of the reconstruction of an interpretive picture of its verbalization can be ensured by a comprehensive analysis of their conceptual-forming capabilities.

Keywords: New Testament, text concept, conceptual field, morphological and syntactic means, conceptual model, conceptosphere.

E-mail:

Шевченко Л.Л.

МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНЦЕПТОВ НОВОГО ЗАВЕТА СРЕДСТВАМИ МОРФОЛОГИИ И СИНТАКСИСА

Аннотация. Проблема изучения текстовых концептов занимает важное место среди других типов концептуальных исследований. Применение понятия "концепт" в изучении текстов обусловлено необходимостью ее использования в анализе текстообразующих принципов организации произведения, определении авторских концептуальных приоритетов, ведущих тем и идей, глубинных текстовых смыслов и пр. Организация текстовых концептуальных объединений на основе взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов значения выходит за пределы лексико-семантической сферы. Концептуальная сфера Нового Завета представлена не только лексическими средствами, хотя они и являются основным строительным материалом для ее создания. Значительное место среди понятий всех истинных составляющих текста нового завета занимают Морфологические и синологикал представления. Исследование проводилось в контексте обобщение единицы представления наиболее значимых понятий Нового Завета: "Иисус Христос", «Бог», «Господь», «отец», «вера», «закон», «грех», «спасение», «благодать», "Царство Небесное", "Евангелие",

"жертва". Использован метод полевого анализа, основанный на анализе средств, обеспечивающих упорядочение содержания и связность концептуальных образований. основой систематического создания в концептуальных областях являются связи ключевых слов-представителей концепций и Инструменты морфологии и синтаксиса. Понятие общего свойства, которое они приобретают, когда оно используется в контекстах для формирования определенной концептуальной черты и обеспечивает их многократное использование в тексте. Анализ вербализерс понятий, их связей и взаимодействий в исследуемой работе позволяет сделать выводы об основных принципах и закономерностях концептуализации реальности в тексте нового завета. Исследование йогиконцепт сферы показало, что элементы ее моделирования имеют значительное Представление в сферах морфологии и синтаксиса. Полнота реконструкции интерпретируемого образа его вербализации может быть обеспечена при условии всестороннего анализа их концепции всех истинных возможностей

Ключевые слова: Новый Завет, текстовый концепт, концептуальное поле, морфологические и синтаксические средства, концептуальная модель, концептосфера

Информация об авторе: Шевченко Лариса Леонидовна – кандидат филологических наук; заведующая отделом лингвистики; Украинский языково-информационный фонд Национальной академии наук Украины.

Электронный адрес:

Одним із актуальних напрямків сучасної лінгвістики є вивчення текстових концептів. Комплексний аналіз текстової концептосфери спрямовує дослідження на синтезований шлях осмислення тексту як цілісного об'єкта, що важливо для розробки методики його аналізу, з'ясування його семантичної організації, мовної картини світу, представлені твором, а також визначення комунікативної орієнтованості тексту на адресата – принципи відбору та організації "мовних засобів різних рівнів у їх текстовому втіленні з урахуванням не тільки мовної системи, яка "стоїть" за текстом, але й мовленнєвої системності, обумовленої авторським задумом" [3, с. 138].

асобів їх об'єктивації. Вони завжди були об'єктом пильної уваги дослідників (роботи М. Алефіренка, Л. Бабенко, М. Болдирева, Н. Болотнової, С. Воркачова, В. Кононенка, В. Левицького, О. Орлової, З. Попової, А. Приходька, Т. Радзівеської, О. Селіванової, М. Скаб, Ю. Степанова, Й. Стерніна та ін.). При висвітленні проблем формування концептів учені акцентують перш за все на лексичних засобах їх утілення. Наприклад, С. Воркачов при розгляді цього питання основною одиницею називає слово, вважаючи, що понятійна складова концепту "формується, з одного боку, з семантики членів лексичного ряду, за допомогою яких вербалізується цей концепт, і може бути вилучена з їх словникових тлумачень" [4, с. 55]. Про роль лексичного рівня мови у творенні концептів пише також Н. Болотнова: "Особливо важливі лексичні засоби репрезентації концептів, до яких відносяться: слова і надслідні одиниці; лексичні мікроструктури висловлювань та блоків висловлювань; лексичні текстові парадигми різних типів; парадигматичні комплекси; асоціативно-сміслові поля лексичних одиниць; лексичні макроструктури цілого тексту" [2, с. 20]. Інші науковці декларують ширшу картину вербального представлення змісту концептів, зокрема, акцентують на можливостях "лексичної і граматичної семантики мови як засобу доступу до змісту концептів, як засобу їх моделювання" [5, с. 16].

На важливості дослідження засобів морфології та синтаксису наголошує М. Скаб: "Граматичні – як морфологічні, так і синтаксичні – засоби є важливими, хоч і другорядними, допоміжними засобами вираження концепту. Їх урахування допомагає побачити й уточнити ті концептуальні ознаки, які часто є не зовсім помітними або завуальованими з плином часу" [8, с. 89]. Ряд дослідників апелює до широкої картини відтворення концептів мовними одиницями. Так, роботи М. Алефіренка представляють як найбільш актуальні компоненти вербалізації концептів слово, фразеологізм, словосполучення, структурну схему пропозиції і навіть текст, "якщо в ньому розкривається сутність будь-якого концепту" [1,

с. 8]. Такі ж концептотвірні засоби декларує у своїх дослідженнях А. Приходько, пишучи про "можливість вираження за допомогою одиниць різних рівнів – лексем, фразеологізмів, словосполучень, речень" [7, 16]. Подібні спостереження щодо корпусу мовних засобів актуалізації концептів міститься також в інших дослідженнях: "Концепт може бути вербалізований окремими словами і словосполученнями, фразеологічними одиницями, пропозиціями і цілими текстами. Для передачі конкретного концепту, який пов'язаний із стійким чуттєвим образом, досить значення окремого слова, що активізує даний образ. Але при ускладненні висловлюваних смислів використовуються цілі словосполучення і речення" [9].

Метою нашої статті є дослідження мовних засобів моделювання концептів Нового Завіту (Біблія), які вважаються периферійними – одиниць морфології та синтаксису. Поряд з основними засобами концептотворення – дериваційними та синонімічними рядами – вони формують системну організацію концептів як їх основну структуротвірну властивість. Дослідження проводилось шляхом контекстного узагальнення одиниць репрезентації концептів у їх функціонуванні та взаємодії в загальній структурі тексту. В роботі вивчалися засоби вербалізації найбільш значимих концептів тексту Нового Завіту: "Ісус Христос", "Бог", "Господь", "Отець", "Віра", "Закон", "Гріх", "Спасіння", "Благодать", "Царство Небесне", "Євангеліє", "Жертва".

Аналіз мовних компонентів концептотворення базується на польовому принципі – з'ясуванні компонентів, пов'язаних між собою системними відношеннями, яких об'єднує спільна семантика, орієнтована на смисл повідомлення. Таке утворення характеризується стійкими зв'язками слів або їх окремих значень, системним характером цих зв'язків, взаємозалежністю і взаємовизначеністю лексичних одиниць, відносною автономністю. Л. Чернейко пише, що текстовий концепт формують концептуальні ознаки (сенси), склад яких організований за принципами польового утворення: „Концепт –

це конструкт, який репрезентує асоціативне поле імені, але не рівний йому. Концепт – це парадигматична модель імені, що включає і логічну структуру його змісту, і сублогічну. Ці структури виводяться відповідно і з вільної сполучуваності імені, і з невідільної, тобто з синтагматичних відношень імені, фіксованих у тексті” [10, с. 512– 513]. Джерелом розгортання процесів формування концептуального поля служать позатекстові смисли, теми, ситуації. Мовні засоби, призначені для їх відтворення, об’єднані в тексті загальною ядерною інтегральною ознакою. Дослідження польових структур дозволяє найбільш повно змодельовати зміст і межі концептів. Множина концептуальних полів тексту формує концептосферу концепту і концептосферу тексту. Використання поняття концептуального поля дає можливість системного представлення концептуального простору тексту, з’ясування шляхів вербалізації його важливих смислових домінант, цілеспрямованості його структур і прагматичної настанови повідомлення. На думку вчених, моделювання концептуального поля являє собою "виявлення всього доступного досліднику номинативного поля концепту, включаючи гіпоніми і найменування різних окремих ознак концепту, що виявляються в різних ситуаціях його обговорення" [6, 124–125].

Організація концептуальних об’єднань на основі взаємообумовлених і взаємопов’язаних елементів значення виходить за межі лексико-семантичної сфери. Концептосфера Нового Завіту представлена не лише лексичними засобами, хоча вони є основним будівельним матеріалом для її створення. Основна палітра лексичних засобів вербального моделювання концептів доповнюється можливостями морфології та синтаксису, які також стали обов’язковими компонентами концептуальних моделей. Концептотвірних властивостей вони набувають тоді, коли задіюються в контекстах для утворення певної концептуальної ознаки і за умови їх багаторазового використання у тексті.

Одним із морфологічних засобів концептотворення стало вживання в аналізованих текстах наказового способу дієслова.

Активність цього засобу спостерігається, наприклад, при утворенні концептуального поля "Бог дає людям Свої заповіді, настанови, обітницї" у концепті "Бог". При його моделюванні активізуються дієслова, які вживаються на позначення ставлення людини до Бога, її стосунків із Ним, а також стосунків між людьми. Його формування відтворене численними контекстами: *А той відповів і сказав: **Люби** Господа Бога свого всім серцем своїм, і всією душею своєю, і всією силою своєю, і всім своїм розумом, і свого ближнього, як самого себе (Лук.10:27); Ви ж **моліться** отак: Отче наш, що єси на небесах! Нехай святиться Ім'я Твоє, нехай прийде Царство Твоє, нехай буде воля Твоя, як на небі, так і на землі (Матв.6:9-10); Бо Бог заповів: **Шануй** батька та матір, та: Хто злорічить на батька чи матір, хай смертю помре (Матв.15:4); І промовив Ісус йому в відповідь: Написано: Господеві Богові своєму **вклоняйся, і служи** Одному Йому! (Лук.4:8); І відповів мені голос із неба вдруге: **Що від Бога очищене, не вважай** за огидне того! (Дії.11:9); **Не працюйте** тільки про людське око, немов чоловіковгодники, а як раби Христові, **чиніть** від душі волю Божу (Еф.6:6); Тож благаю вас, браття, через Божє милосердя, **повіддавайте** ваші тіла на жертву живу, святу, приємну Богові, як розумну службу вашу (Рим.12:1); Отож, мої любі, мавши ці обітницї, **очистьмо** себе від усякої нечисті тіла та духа, і **творімо** святиню у Божім страху! (2Кор.7:1); Отже, як ви прийняли були Христа Ісуса Господа, так і в Ньому **ходіть** (Кол. 2:6).*

Слід зазначити, що властивість моделювати концептуальне поле про Божі заповіді, настанови демонструють також синтаксичні структури зі словом *щоб*. Вони використовуються в реченнях для приєднання підрядних частин із значенням мети. З їх допомогою фіксується інформація – як повинні люди поводитися, яким має бути їх ставлення до Бога і людей. Результат моделювання таких структур відтворений у таких текстових фрагментах: *І весь людський рід Він з одного створив, щоб замешкати всю поверхню землі, і призначив окреслені доби й границі замешкання їх, **щоб** Бога шукали вони,*

чи Його не відчують і не знайдуть, хоч Він недалеко від кожного з нас (Дії.17:27); Не зважаючи ж Бог на часи невідомости, ось тепер усім людям наказує, **щоб** скрізь каялися (Дії.17:30); ...**щоб** ви поводитися належно щодо Господа в усякому догодженні, в усякому доброму ділі приносячи плід і зростаючи в пізнанні Бога (Кол.1:10); ...просили ми вас, і намовлювали та показували, **щоб** ви гідно поводитися перед Богом, що покликав вас у Своє Царство та в славу (1Сол.2:12); А далі, браття, просимо вас та благаємо в Господі Ісусі, **щоб**, як прийняли ви від нас, як належить поводитись вам та догоджувати Богові, як ви й поводитесь, щоб у тому ще більше зростали! (1Сол.4:1).

Текстовий потенціал концептуальних полів знаходить свій розвиток у засобах повтору мовних одиниць у певній формі. Зокрема, повтор активізує використання слів у формі звертання, яким властива здатність утворення концептів. Так, концептотвірні можливості слова *Господи* задіяні при формуванні концептуального поля "Господь – володар, владика людей" у концепті "Господь". Ця словоформа використовується у фразах, у яких відтворюється звертання людей до Бога, які демонструють визнання ними Його влади. Вони представлені в досліджуваному тексті таким чином: *Петро ж відповів і сказав: Коли, **Господи**, Ти це, то звели, щоб прийшов я до Тебе по воді* (Матв.14: 28); *Але, бачачи велику бурю, злякався, і зачав потопати, і скричав: Рятуй мене, **Господи**!...* (Матв.14: 30); *А ті Сімдесят повернулися з радістю, кажучи: **Господи**, навіть демони коряться нам у Ім'я Твоє!* (Лук. 10:17); *І сталося, як молився Він у місці одному, і коли перестав, озвався до Нього один із Його учнів: **Господи**, навчи нас молитися, як і Іван навчив своїх учнів* (Лук. 11: 1); *І сказали апостоли Господу: Додай Ти нам віри!* (Лук. 17: 5); *І Марта сказала Ісусові: Коли б, **Господи**, був Ти отут, то не вмер би мій брат...* (Іван. 11:21); *Тоді відповідают Йому праведні й скажуть: **Господи**, коли то Тебе ми голодного бачили і нагодували, або спрагненого і напоїли?* (Матв. 25: 37); *Тоді відповідают і вони, промовляючи: **Господи**, коли то Тебе ми голодного бачили, або спрагненого,*

.....

або мандрівником, чи нагого, чи недужого, чи в в'язниці і не послужили Тобі? (Матв.25: 44).

Група мовних одиниць, що демонструє спільність смислового простору, виявляє ресурси сполучуваності для характеристики певної сторони концепту. Так, сполучення прийменників *в, для, з, до* з іменником *Господь* виступає одним із засобів моделювання поля, дає матеріал для змістової характеристики концепту. Аналіз тексту дозволив виділити ці одиниці в польовому утворенні "Господь": *в Господі, для Господа, з Господом, до Господа*, які формують польове утворення "Люди перебувають у Господі, служать Йому". Ілюстрацією цього служать такі контексти: *А хто хвалиться, нехай хвалиться в Господі! Бо достойний не той, хто сам себе хвалить, але кого хвалить Господь!* (2 Кор.10:17); *Ви бо були колись темрявою, тепер же ви світло в Господі, поведіться, як діти світла* (Еф.5:8); *Бо коли живемо для Господа живемо, і коли вмираємо для Господа вмираємо. І чи живемо, чи вмираємо ми Господні!* (Рим.14:8); *А він, як прийшов і благодать Божу побачив, звеселився, і всіх став просити, щоб серцем рішучим трималися Господа. Бо він добрий був муж, повний Духа Святого та віри. І прилучилось багато народу до Господа!* (Дії.11:23-25); *А хто з Господом злучується, стає одним духом із Ним* (1Кор.6:17); *І Господня рука була з ними; і велике число їх увірувало, і навернулось до Господа!* (Дії.11:21).

Формою репрезентації концептів виступають також текстові фрагменти, які за певних умов виконують концептотвірні функції. Їх активне застосування є характерною рисою конструювання концептосфери Нового Завіту. Загалом можна твердити, що фактично кожне концептуальне поле знаходять опору в їх функціонуванні. Із лексичними і морфологічними засобами формування концептів їх поєднує текстово-асоціативний зв'язок. Такі фрагменти складають варіативну зону концептосфери твору, оскільки не мають статичних повторюваних компонентів, властивих іншим засобам репрезентації концептів.

Взаємозв'язок одиниць концептуального поля прощення гріхів через Ісуса Христа (концепт "Ісус Христос") визначається як дієслівними загальномовними найменуваннями (*виправдовувати, прощати, пробачати, відпускатися*), контекстуальними синонімами, представленими словосполученнями (*спасати від гріха, визволяти від гріха, очищати від гріха, знищувати гріх*), так і цілим рядом фраз: *А з Нього ви в Христі Ісусі, що став нам мудрістю від Бога, праведністю ж, і освяченням, і відкупленням* (1Кор.1:30); *...і з неба очікувати Сина Його, що Його воскресив Він із мертвих, Ісуса, що визволює нас від майбутнього гніву* (1Сол.1:10); *...тому то Ісус, щоб кров'ю Своєю людей освятити, постраждав поза брамою* (Євр.13:12); *Хто ж той, що засуджує? Христос Ісус є Той, що вмер, надто й воскрес, Він праворуч Бога, і Він і заступається за нас* (Рим.8:34); *Але Христос, Первосвященик майбутнього доброго, прийшов із більшою й досконалішою скинією, нерукотворною, цебто не цього втворення, і не з кров'ю козлів та телят, але з власною кров'ю увійшов до святині один раз, та й набув вічне відкуплення* (Євр. 9: 11,12); *...скільки ж більш кров Христа, що Себе непорочного Богу приніс Святим Духом, очистить наше сумління від мертвих учинків, щоб служити нам Богові Живому!* (Євр.9:14); *Ви в Ньому були й обрізані нерукотворним обрізанням, скинувши людське тіло гріховне в Христовім обрізанні* (Кол.2:11); *Тому мусів бути Він у всьому подібний братам, щоб стати милостивим та вірним Первосвящеником у Божих справах, для вблагання за гріхи людей* (Євр.2:17).

Польове утворення у концепті "Бог", яке передає концептуальну ознаку про те, що люди виявляють до Бога неслухняність, зневагу, ненависть, ворожість, крім дериваційного ряду із словами *богозневага, богозневажник*, а також контекстуальних синонімів *зневажати, відкидати, обминати, порушувати, занехаяти, знівечити* має в своєму арсеналі ряд концептотвірних засобів у вигляді фраз. Наприклад: *А фарисеї й законники відкинули Божу волю про*

себе і не христились від нього (Лук.7:30); Перелюбники та перелюбниці, чи ж ви не знаєте, що **дружба зо світом то ворожнеча супроти Бога?** Бо хто хоче бути світові приятелем, той ворогом Божим стається (Як.4:4); ...що **вбили вони й Господа Ісуса, і пророків Його, і вигнали нас, і Богові не догоджають, і супротивні всім людям** (1Сол.2:15); ...але вас Я пізнав, що **любові до Бога в собі ви не маєте** (Іван.5:42); **Горе вам, фарисеям, бо ви десятину даєте з м'яти та рути й усякого зілля, але обминаєте суд та Божу любов; це треба робити, і того не лишати!** (Лук.11:42); **Бо любили вони славу людську більше, аніж славу Божу** (Іван.12:43).

Концептуальне поле, яке свідчить про зв'язок людей із Богом (концепт "Бог"), значною мірою формується з допомогою повтору слова *Божий* у сполученні з найменуваннями людей (*народ, людина, стадо, раб, дитина, син, спадкоємець, співробітник* та ін.). Картина належності людей Богові, їхніх стосунків із Ним доповнюється численними фразами, які значно розширюють межі поля. Наприклад: *Через них даровані нам цінні та великі обітницї, щоб ними ви стали учасниками Божої Істоти*, утікаючи від пожадливого світового тління (2Петр.1:4); *Хто від Бога, той слухає Божі слова; через те ви не слухаєте, що ви не від Бога* (Іван.8:47); ...і **зодягнутися в нового чоловіка, створеного за Богом у справедливості й святості правди** (Еф.4:24); *Бо Того, Хто не відав гріха, Він учинив за нас гріхом, щоб стали ми Божою правдою в Нім!* (2Кор.5:21); *Так, мої браття, і ви вмерли для Закону через тіло Христове, щоб належати вам іншому, Воскреслому з мертвих, щоб приносити плід Богові* (Рим.7:4); *Бо хоч Він був і розп'ятий в немочі, та живий із сили Божої. Так і ми, хоча немічні в Нім, та з Ним будемо жити з Божої сили у вас* (2Кор.13:4); *Так, мої браття, і ви вмерли для Закону через тіло Христове, щоб належати вам іншому, Воскреслому з мертвих, щоб приносити плід Богові* (Рим.7:4).

Сукупність мовних засобів, які утворюють об'єднання "Бог примиряє з Собою людей через Ісуса Христа" містить сполучення слів *примиряти, примирятися, примирення, мир* та

ін. із найменуваннями *Бог* та *Ісус Христос*. Для втілення цієї думки крім цих мовних одиниць використані також текстові фрагменти, що стали основою для формування відповідного концептуального поля. У Новому Завіті вони репрезентовані таким чином: *Усе ж від Бога, що нас примирив із Собою Ісусом Христом і дав нам служіння примирення* (2 Кор.5:18): *...бо Бог у Христі примирив світ із Собою Самим, не зважаючи на їхні провини, і поклав у нас слово примирення* (2 Кор.5:19): *Оце ми як послали замість Христа, ніби Бог благає через нас, благаємо замість Христа: примиріться з Богом!* (2 Кор.5:20); *Отже, ви вже не чужі й не прихоськи, а співгромадяни святим, і домашні для Бога* (Еф.2:19); *Бо коли ми, будучи ворогами, примирилися з Богом через смерть Сина Його, то тим більше, примирившись, спасемося життям Його* (Рим.5:10); *...що Його Бог дав у жертву примирення в крові Його через віру, щоб виявити Свою правду через відпущення давніших вчинених гріхів* (Рим.3:25).

Значимим напрямком формування концептуального поля – "через віру Ісус Христос творить чудеса" (концепт "Ісус Христос" – є опис таких чудес через фразові об'єднання. Основним засобом моделювання цього поля служить функціонування лексеми *чудо*. Використання численних фраз із описом різноманітних чудес служить висвітленню багатовимірної картини чудес, які творив Ісус Христос. Наприклад: *Ісус каже до слуг: Наповніть водою посудини. І їх поналивали вицрять. І Він каже до них: Тепер зачерпніть, і занесіть до весільного старости. І занесли. Як весільний же староста скуштував воду, що сталась вином, а він не знав, звідки воно, знали ж слуги, що води наливали, то староста кличе тоді молодого* (Іван.2:7-9); *І сказав Він до них: Чого ви такі полохливі? Чому віри не маєте? А вони налякалися страхом великим, і говорили один до одного: Хто ж це такий, що вітер і море слухняні Йому?* (Мар. 4:40,41); *І дуже всі дивувалися та говорили: Він добре все робить: глухим дає чути, а німим говорити!* (Мар.7:37); *І Він підійшов, і доторкнувся до мар, носії ж зупинились. Тоді Він сказав: Юначе, кажу тобі:*

встань! І мертвий устав, і почав говорити. І його Він віддав його матері. А всіх острах прийняв, і Бога хвалили вони й говорили: Великий Пророк з'явився між нами, і зглянувся Бог над народом Своїм! (Лук.7:14-16); І взяв Він за руку дівча та й промовив до нього: Таліта, кумі що значить: Дівчатко, кажу тобі встань! І в ту мить підвелось й ходило дівча; а років мало з дванадцять. І всі зараз жахнулися з дива великого!... (Мар.5:41-42).

У тексті Нового Завіту трапляються випадки функціонування концептуальних полів, що утворюються лише на синтаксичному рівні. При цьому вони виступають як концептуальна система, що об'єднує окремі фрази, які актуалізуються на основі асоціативних зв'язків, адже в них відтворюється одна й та ж ситуація різними мовними вербалізаторами. Така картина представлена в концептуальному полі "Ісус Христос прощає людям гріхи" у концепті "Гріх", де використовуються такі фрази: *Наступного дня Іван бачить Ісуса, що до нього йде, та й каже: Оце Агнецъ Божий, що на Себе гріх світу бере!* (Іван. 1:29); *Він тілом Своїм Сам підніс гріхи наші на дерево, щоб ми вмерли для гріхів та для праведності жили* (1 Петр. 2:24); *Бо я передав вам найперш, що й прийняв, що Христос був умер ради наших гріхів за Писанням, і що Він був похований, і що третього дня Він воскрес за Писанням, і що з'явився Він Кифі, потім Дванадцятьом* (1 Кор. 15:3-5); *Христос один раз був у жертву принесений, щоб понести гріхи багатьох, і не в справі гріха другий раз з'явитися тим, хто чекає Його на спасіння* (Євр. 9:28); *...благодать вам і мир від Бога, Отця нашого, і Господа Ісуса Христа, що за наші гріхи дав Самого Себе, щоб від злого сучасного віку нас визволити, за волею Бога й Отця нашого, Йому слава на віки вічні, амінь!* (Гал. 1:3-6); *Бо й Христос один раз постраждав був за наші гріхи, щоб привести нас до Бога, Праведний за неправедних, хоч умертвлений тілом, але Духом оживлений* (1 Петр. 3:18); *Він Свідок вірний, Первенець з мертвих і Владика земних царів. Йому, що нас полюбив і кров'ю Своєю обмив нас від наших гріхів, що вчинив нас царями,*

священниками Богові й Отцеві Своєму, Тому слава та сила на вічні віки! Амінь (Об. 1:5-7) та ін.

Отже, дослідження концептосфери Нового Завіту продемонструвало, що засоби її моделювання мають своє значне представництво у сферах морфології та синтаксису. Повнота реконструкції інтерпретативної картини її вербалізації може бути забезпечена за умови комплексного аналізу їх концептотвірних можливостей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алефиренко Н. Ф. Проблемы вербализации концепта : теоретическое исследование / Н. Ф. Алефиренко. – Волгоград : Перемена, 2003. – 96 с.
2. Болотнова Н. С. Лексические средства репрезентации художественных концептов в поэтическом тексте / Н.С. Болотнова // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2005. Серия : Гуманитарные науки (Филология). Вып. 3 (47). – С.18–24. Болотнова Н. С. Художественный текст в коммуникативном аспекте: поиск ключей к эстетическому коду / Н.С. Болотнова // Слово. Семантика. Текст: Сб. науч. тр. СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена. – 2002. – С. 137–143.
3. Воркачев С.Г. Семиотика лингвокультурного концепта и терминосистема лингвокультурной концептологии / С.Г. Воркачев // Язык, коммуникация и социальная среда. Выпуск 12. Воронеж. – 2014. – С. 50–69.
4. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И. А. Стернин. – М.: АСТ : Восток–Запад, 2010. – 314 с.
5. Попова З. Д. Семантико-когнитивный анализ языка / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2006 – 226 с.
6. Приходько А. Н. Концепты и концептосистемы / А. Н. Приходько. – Днепропетровск : Белая Е. А., 2013. – 307 с.
7. Скаб М. В. Граматичні засоби вираження концепту / М. В. Скаб // Лінгвістичні студії : зб. наук. праць. – Донецьк : ДонНУ, 2007. – Вип. 15. – С. 75–81.
8. Фаткуллина Ф.Г. Концепт как базовая категория лингвокогнитологии и лингвокультурологии [Электронный ресурс] / Ф.Г.Фаткуллина, А.К.Сулейманова, Л.З.Гибадуллина . – Режим доступа: <http://www.sworld.com.ua/index.php/uk/modern-control-technology-c112/11886-c112-148>

9. Чернейко Л. О. Лингво-философский анализ абстрактного имени. / Л.О. Чернейко. – М. : МГУ, 1997, – 326 с.

ДЖЕРЕЛА

(Біблія) Біблія або книги Святого Письма Старого і Нового Заповіту із мови давньоєврейської й грецької наново перекладена / Пер. І. Огієнка. – К., 1992. – 1255 с.

REFERENCES

1. Alefirenko N. F. *Problems of concept verbalization* [Problemy verbalizatsii kontsepta : teoreticheskoe issledovanie]. / N. F. Alefirenko. – Volgograd: Peremena, 2003. – 96 s.
2. Bolotnova N. S. *Lexical means of artistic concepts representation in a poetic text* [Leksicheskie sredstva reprezentatsii hudojestvennyih kontseptov v poeticheskom tekste] / N.S. Bolotnova // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2005. Seriya: Gumanitarnye nauki (Filologiya). Vyp. 3 (47). – S.18–24.
3. Bolotnova N. S. *Artistic text in a communicative aspect: search for keys to the aesthetic code* [Hudojestvennyi tekst v kommunikativnom aspekte: poisk klyuchey k esteticheskomu kodu] / N.S. Bolotnova // Slovo. Semantika. Tekst: Sb. nauch. tr. SPb. : RGPU im. A. I. Gertsena. – 2002. – S. 137–143.
4. Vorkachev S.G. *Semiotics of the linguocultural concept and terminology of linguocultural conceptology* [Semiotika lingvokulturnogo kontsepta i terminosistema lingvokulturnoy kontseptologii] / S.G. Vorkachev // Yazyik, kommunikatsiya i sotsialnaya sreda. Vyipusk 12. Voronej. – 2014. – S. 50–69.
5. Popova Z.D. *Cognitive linguistics* [Kognitivnaya lingvistika] / Z.D. Popova, I. A. Sternin. – M.: ACT: Vostok-Zapad, 2010. – 314 s.
6. Popova Z. D. *Semantic-cognitive analysis of a language* [Semantiko-kognitivnyi analiz yazyika] / Z. D. Popova, I. A. Sternin. – Voronej: Istoki, 2006 – 226 s.
7. Prihodko A. N. *Concepts and concept systems* [Kontseptyi i kontseptosistemyi] / A. N. Prihodko. – Dnepropetrovsk : Belaya E. A., 2013. – 307 s.
8. Skab M. V. *Grammatical means of expressing the concept* [Hramatychni zasoby vyrazhennia kontseptu] / M. V. Skab // Linhvistychni studii : zb. nauk. prats. – Donetsk : DonNU, 2007. – Vyp. 15. – S. 75–81.
9. Fatkullina F.G. *Concept as a basic category of lingvocognitology and linguoculturology* [Kontsept kak bazovaya

kategoriya lingvokognitologii i lingvokulturologii] [Elektronnyy resurs] / F.G.Fatkullina, A.K.Suleymanova, L.Z.Gibadullina . – Rejim dostupa : <http://www.sworld.com.ua/index.php/uk/modern-control-technology-c112/11886-c112-148>

10. Cherneyko L. O. *Linguophilosophical analysis of the abstract noun* [Lingvo-filosofskiy analiz abstraktnogo imeni]. / L.O. Cherneyko. – M. : MGU, 1997, – 326 s.

RESOURCES

(Bibliia) *Bible or books of the Bible – Old and New Testament translated anew from Hebrew and Greek languages* [Bibliia abo knyhy Sviatoho Pysma Staroho i Novoho Zapovitu iz movy davnoievreiskoi y hretskoi nanovo perekladena] / Per. I. Ohiiienka. – K., 1992. – 1255 s.

Дата надходження до редакції – 23.10.2017 р.

Дата затвердження редакцією – 16.11.2017 р.

УДК 81'255.4'42-115:82-97

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

Дзера О.В.

БІБЛІЙНА КОНЦЕПТОСФЕРА ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА ІДЮСТИЛЮ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ТА ЇЇ РЕВЕРБАЛІЗАЦІЯ В УКРАЇНСЬКИХ БІБЛІЙНИХ ПЕРЕКЛАДАХ

Анотація. У статті запропоновано аналіз українських перекладів Святого Письма крізь призму Шевченкової метабіблійної образності. Опосередкованою ланкою між Біблією – прототекстом і біблійними метатекстами є національні переклади Святого Письма, що визначають специфіку формування національних біблійних концептосфер унаслідок численних девіацій давньоєврейського та грецького першоджерел. Наслідки такої варіативності універсального спостерігаємо як у національній фразеології, так і в індивідуально-авторських інтерпретаціях Книги Книг. Пропонуємо термін рекурсивна девіація для визначення вербалізації біблійного концепту в

національних біблійних перекладах під впливом художнього метабіблійного інтертексту. Невіддільною складовою української біблійної концептосфери є метабіблійні твори Тараса Шевченка, про що, зокрема, свідчить використання їхніх образів у перекладі 1963 року, відомого під назвою “Римська Біблія” та у першому повному перекладі Біблії українською, виданого Британським Біблійним Товариством 1903 року. Головним джерелом вербалізації біблійних концептів для Т. Шевченка слугувала церковнослов’янська Єлизаветинська Біблія 1751 року, однак актуалізовані біблійні концепти завжди нашаровували національно-забарвлені смисли і доповнювалися новими структурними (наприклад, заперечна форма - не “неситий”) і лексичними (наприклад, лексема “лютий”) вербалізаантами. Отже, для українців рекурсивним біблійним інтертекстом стала творчість Тараса Шевченка. Характерною ознакою його ідіостилю є вербалізація біблійних концептів через накладання біблійних і національних смислів. Стаття постулює необхідність осмислення Шевченкової поезії як цілісного біблійного інтертексту, що не лише інтерпретує національний біблійний канон, а й творить його.

Ключові слова: біблійна концептосфера, рекурсивна девіація, метабіблійні образи, вербалізація біблійних концептів, одомашнення.

Інформація про автора: Дзера Оксана Василівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладознавства і контрастивної лінгвістики імені Григорія Кочура; Львівський національний університет імені Івана Франка.

Електронна адреса: oksana.dzera@yahoo.com.

Oksana Dzera

BIBLICAL CONCEPTUAL SPHERE AS A COMPONENT OF TARAS SHEVCHENKO'S IDIOSTYLE AND ITS REVERBALIZATION IN UKRAINIAN BIBLE TRANSLATIONS

Abstract. The article elaborates the analysis of Ukrainian translations of the Holy Scripture through the prism of Shevchenko's metabiblical images. Biblical conceptual sphere is defined as a fragment of biblical picture of the world shaped on the basis of Old Hebrew, less frequently Old Greek imagery and represented by the totality of concepts

which are connected through overlapping, interrelation, hierarchy and opposition and are thematically grouped. Verbalizers of biblical concepts contain the complex accumulation of senses reflecting correlations between God and people through specific world perception of ancient Hebrews. The mediating link between the Bible prototext and biblical metatexts is created by national translations of the Holy Scripture that shape national biblical conceptual spheres via multiple deviations of the Hebrew and Greek sources. The deviations affect national phraseology as well as individual authors' interpretations of the Book of Books. Special attention is devoted to recursive deviation which manifests itself when a national biblical conceptual sphere and even national translations of the Bible contain elements of authors' biblical intertexts. Taras Shevchenko's poetry is viewed as the primary Ukrainian recursive biblical intertext. His idiostyle is characterized by the verbalization of biblical concepts through overlapping biblical and nationally-bound senses. Metabiblical images of Shevchenko's idiostyle are tracked down to the Bible translation done by I. Khomenko and edited by I. Kostetskyij and V. Barka. The editors who represented the baroque tradition of the Ukrainian translation domesticated Khomenko's version and introduced into it elements of the Ukrainian metabiblical conceptual sphere, predominantly Shevchenko's metabiblical images. I. Khomenko himself did not approve of this strategy and regarded it as a violation of the Word of God. Yet the monastic order of St. Basil the Great that commissioned this translation did not consult the translator before publishing its edited version.

Similar domesticating strategy is observed in the first Ukrainian complete translation of the Bible done by P. Kulish, I. Puluj, and I. Nechuj-Levyckyj in 1903. Shevchenko's influence is particularly felt in epithets specifying key biblical images, such as enemy (лютий / fierce) and heart (муд / meek). Though each book of the Holy Scripture in this translation is ascribed to only one translator of the three it seems logical to surmise that P. Kulish, the founder of the baroque translation tradition in Ukraine, was the first to draw images from Shevchenko's metabiblical conceptual sphere.

The article postulates the necessity to perceive Shevchenko's poetry as a complete Biblical intertext which not only interprets national biblical canon but also generates it.

Key words: biblical conceptual sphere, recursive deviation, metabiblical images, verbalization of biblical concepts, domestication.

Information about the author: Dzera Oksana Vasylivna – PhD, associate professor of Hryhoriy Kochur department of Translation Studies and Contrastive Linguistics, Ivan Franko National University of Lviv.

E-mail: oksana.dzera@yahoo.com.

Дзера О.В.

БИБЛЕЙСКАЯ КОНЦЕПТОСФЕРА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИДИОСТИЛЯ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО И ЕЕ РЕВЕРБАЛИЗАЦИЯ В УКРАИНСКИХ БИБЛЕЙСКИХ ПЕРЕВОДАХ

Аннотация. *Статья анализирует влияние метабиблейской образности Тараса Шевченко на украинские переводы Священного Писания, которые служат связывающим звеном между Библией–прототекстом и библейскими художественными метатекстам. Обычно эта связь является прокурсивной, то есть именно национальный перевод Библии определяет специфику формирования национальных библейских концептосфер в результате многочисленных девиаций древнееврейского и греческого первоисточников. Следствия такой вариативности универсального наблюдаем в национальной фразеологии и в индивидуально авторских интерпретациях Книги Книг. Однако в редких случаях наблюдаем девиацию, для определения которой предлагаем термин рекурсивная девиация. Этот тип девиации предполагает вербализацию библейского концепта под влиянием художественного библейского интертекста. Для украинцев таким рекурсивным библейским интертекстом стало творчество Тараса Шевченко. Характерной чертой его идиостиля считаем пересечение библейских и национальных смыслов. Переводчики Священного Писания, а иногда и редакторы перевода использовали библейскую метаобразность Т. Шевченко и соответственно одомашнивали стиль украинских Библий, приближая его к целевому читателю.*

Статья постулирует необходимость осмысления поэзии Т. Шевченко как целостного библейского интертекста, который не только интерпретирует национальный библейский канон, но и создает его. Автору статьи удалось проследить несколько очевидных заимствований из Т. Шевченко в переводах П. Кулиша, И. Пулюя и И. Нечуй-Левицкого (1903) и И. Хоменко (1963). В первую очередь

одомашнювання виражалось в добавленні в біблійський текст Шевченкових аксиологічески-маркированих епитетів, напр. «лютий» і «тихий»ю Стоїть відзначити, що одомашнювання в даному випадку не порушує вимог високого біблійського стилю, а всього лише адаптує його в відповідності з новими поетичними принципами. Подібна модель одомашнювання актуалізується в канонічному англійському перекладі – Біблії короля Якова (1611).

Ключові слова: біблійська концептосфера, рекурсивна деградація, метабіблійські образи, вербалізація біблійських концептів, одомашнювання. .

Інформація про автора: Дзера Оксана Васильевна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладознавства і контрастивної лінгвістики імені Григорія Кочура Львівського національного університету імені Івана Франка.

E-mail: oksana.dzera@yahoo.com.

У тексті Старого Заповіту формується біблійна концептосфера, особливий спосіб сприйняття й ментальної категоризації довкілля давніми євреями, і стає джерелом оновлення Божественного одкровення. Уперше термін *концептосфера* за аналогією до ноосфери та біосфери Володимира Вернадського застосував Дмитро Ліхачов, розуміючи його як сукупність потенцій, що відкриваються в словниковому запасі окремої людини та всієї мови загалом [7, с. 282]. Власне розуміння терміну *біблійна концептосфера* формулюємо на основі дефініцій Зинаїди Попової та Тетяни Космеди, які визначають концептосферу як “[...] сукупність концептів, які перебувають між собою у відносинах перетину, об’єднання, ієрархії, що складають опозиції та кластери” [8, с. 36]; “[...] фрагмент концептуальної картини світу (ККС), сформований на основі уявлень людини та репрезентований сукупністю одиниць пам’яті (концептів) , що групуються за тематичною ознакою” [5, с. 31–32]. Відповідно *біблійна концептосфера* – це фрагмент біблійної картини світу (БКС), сформований на основі давньоєврейських, рідше давньогрецьких уявлень та репрезентований сукупністю концептів, що перебувають у відносинах перетину, об’єднання,

ієрархії та опозиції і групуються за тематичною ознакою. Термін *концепт* розуміємо згідно інтегративним підходом, що уможливорює вивчення концепту в лінгвістичній, логічній, психологічній та культурологічній площинах: “концепт – це елементарна складова частина (смысл концептосфери), що становить багатомірне культурно значуще соціопсихічне утворення у колективній свідомості та опредмечується у тій або тій мовній формі” [5, с. 41].

Вербалізанти біблійних концептів репрезентують складне нашарування смислів, що відображають відносини людини з Богом через особливе сприйняття світу давніми гебреями. Концепція непорушності сакрального послання, “ідеал неспотвореної трансляції слова Бога”, як видається, заперечує можливість концептуальних девіацій біблійного тексту в перекладі. Як зазначив Ганс Блюменберг, оскільки для раввинських текстів Тора стала Божим планом світу, “те, що відбувається з текстом, у дбайливій ретельності чи, навпаки, недбалості передання відбувається також і зі світом”, отже, зміна однієї літери священної книги може зруйнувати весь світ [3, с. 45–46]. Водночас у християнстві образ Христа, “лик втіленого Логоса”, – значно важливіший, ніж текст Євангелій, що за своєю суттю є лише “записами” про Нього [1, с. 207]. Відповідно на різночасові й різномовні переклади Святого Письма накладаються нові принципи ментального осмислення й категоризації докiлля, наслідком чого стають певні девіації, що впливають на формування *національних біблійних концептосфер*.

Національну біблійну концептосферу доповнюють сакральні для цієї нації метабіблійні інтертексти, які можуть продукувати *рекурсивну девіацію*, коли перекладачі Біблії актуалізують індивідуально-авторські метабіблійні образи. В Україні таку концептотворчу функцію виконує поезія Тараса Шевченка, де тісно переплітається біблійне, національне й особисте. В ідіолекті Т. Шевченка знаходимо унікальні приклади біблійних висловів, що сформували своєрідний

національний біблійний канон і перейшли в українські переклади Біблії ХХ століття.

Шевченкові біблійні “подражання”, передусім цикл “Давидові псалми” – одна з найбільш досліджуваних шевченкознавчих тем (праці А. Власенко-Бойцун, І. Даниленко, В. Домашовця, Л. Кисельової, В. Коптілова, Р. Коропецького, М. Ласло-Куцюк, М. Павлюка, В. Радущького, С. Росовецького, В. Щурата). Однак дослідники передусім зосереджують увагу на жанровому визначенні Шевченкових інтерпретацій Біблії та особливостях його метабіблійного ідіостилю.

Мета даної статті – простежити вплив метабіблійних образів Т. Шевченка на формування української біблійної концептосфери, зокрема й на українські переклади Святого Письма

Шевченкова метабіблійна концептосфера побудована на бінарності аксіологічних концептів ПРАВЕДНІСТЬ і ГРІХОВНІСТЬ, що актуалізуються у вигляді мікроконцептів-дихотомій, як-от: *свій–чужий, щирий–лукавий, добрий–злий, тихий–гордий* тощо. У псалмах та “подражаннях” Т. Шевченко трансформує біблійні концепти, нашаровуючи національну інформацію і вербалізуючи в системно-повторюваних ключових словах, що створюють своєрідний *кругообіг образів* (термін Михайлини Коцюбинської [6, с. 80]) у Шевченковій поетиці загалом. Уже через неї ці постійні образи набувають статусу культурних концептів, репрезентуючи українську культуру, а згодом і українську мовну картину світу. При цьому, на рівні рецепції вони функціонують як Шевченкові, народнопоетичні й біблійні концепти водночас, адже кілька поколінь українців пізнавали Біблію і насамперед Старий Заповіт через “Кобзар”.

Вербалізацію Шевченкових метабіблійних концептів спостерігаємо передусім у третьому повному перекладі Святого Письма, що вийшов друком 1963 року за сприяння Чину св. Василя Великого, найбільшого українського монашого згромадження. Переклад видали в Римі, тому цю Біблію, традиційно в червоній обкладинці, ще називають “Римською Біблією”.

Близько 12-ти років над ним працював о. Іван Хоменко, вдумливий філолог, блискучий знавець класичних (гебрейської, грецької, латинської), а також сучасних (французької, англійської, італійської і німецької) мов.

У передмові до перекладу вказано, що джерелом для відтворення Старого Заповіту слугувало 6-е видання “*Biblia Hebraica*” Р. Кіттеля. І. Хоменко перекладав і второканонічні книги, відсутні в масоретському тексті, використовуючи Септуагінту. Новий Заповіт перекладено за критичним виданням, яке підготував єзуїт Августин Мерк і видав Папський Біблейський інститут 1948 року [15, с. XVI–XVII].

Перший варіант перекладу ретельно опрацювала Комісія, що складалася з ченців Василіанського Чину. Члени Комісії усталили й технічно оформили текст, доповнивши його заголовками, підзаголовками, вступними статтями і примітками. Переклад послідовно дотримувався академічного правопису 1929 року. Мовно-літературну редакцію тексту зробив Ігор Костецький, за винятком Одкровення (Об’явлення), що його опрацьовував Василь Барка. Консультації щодо мовних питань надав Михайло Орест-Зеров. Хоча за задумом цей перекладацький проект мав стати першим повним католицьким Святим Письмом українською на противагу православно-протестантському перекладу І. Огієнка, всі літературні редактори Римської Біблії були православними, а двоє з них – уродженцями Полтавщини, діалект якою заклав основу сучасної української літературної мови. Крім того, редактори були представниками *барокової* течії українського перекладу, для якої характерний мовний експеримент та звертання залучення в переклад інтекстів сприймаючої культури. У передмові до перекладу сказано, що багатство лексики в першотексті І. Хоменка значно полегшувало роботу редактора і суто художнє редагування обмежалося двома книгами – Сираха та Євангелія від Йоана [15, с. XVII]. Проте сам І. Хоменко вважав, що його переклад “зіпсували” й одразу після публікації висловлював бажання видати виправлену версію [2, с. 266]. Вже після видання Святого Письма 1963 року І. Хоменко вніс

правки, переважно стилістичні, у власний примірник. Перекладача настільки обурили неузгоджені з ним редакторські коректури, що на титульній сторінці він навіть викреслив своє ім'я і переправив “переклад тексту” на “переспів”. Не пошкодував перекладач і гнівних коментарів у бік літературних редакторів: “Цілком зіпсоване”, “Гріх! Жах!”, “Гірше калічити Святе Письмо не можна”, “Horrendum!” “Викинути весь цей переклад! Взяти рукопис!” тощо [2, с. 266]. Очевидно, що редактори робили літературну редакцію, не зважаючи на оригінал. Наслідком такого підходу стала “одомашнена” Біблія, одомашнена не в сенсі зниження стилю, а в сенсі імпліцитної транспозиції в реєстр української етностилістики. Редактори перекладу вміло вплели в текст Святого Письма елементи українського фольклору й метабіблійних творів українських класиків, насамперед Тараса Шевченка.

Для прикладу, повторюваний вираз *враг мой* із 12 (13) псалма – єдине означення нечестивих у церковнослов'янському перекладі та в єврейському тексті (єврейське *’owueb* – “той, хто ненавидить; супротивник” [698]). Натомість Т. Шевченко доповнив цю скупку образну характеристику повторюваним емоційно-оцінювальним епітетом “лютий”, що символізує крайню жорстокість; порівняймо: “*доколѣ вознесетсѣ **врагѣй мой на мѣ***” (Біблія, **Пс.** двдѣ, ві: ѣ) – “*Доки буде **ворог лютий** // На мене дивитись // І сміятись!*” (Т. Шевченко, т. 1, с. 258). Про те, що Шевченків образ став культурним концептом свідчать його вживання як ілюстрації до статті “лютий” у словнику Б. Грінченка (Б. Грінченко, т. 2, с. 390) та в перекладі Псалтиря із Римської Біблії: “***Вороги мої люті** кругом мене обсіли*” (Святе Письмо, пер. І. Хоменка, Пс. 17: 9); порівняймо: “***Врази мои** дѣлаюмоу идержаша*”.

Рекурсивною девіацією вважаємо і п’ятикратно повторюване у творах Т. Шевченка словосполучення *неситі очі*, заперечна форма якого позначена впливом біблійного стилю (“Сон”, “І мертвим, і живим...”, “Маленькій Мар’яні”, “Тим неситим очам...”, “Кавказ”). Можливим джерелом цього образу є Книга Сираха 31 :13–14: “*Сѣл ли еси при трапѣзѣ велицѣхъ, не*

разверзи на ней гортани твоє *г* и не рци: мно*г* на н*а*й е*с*ть. Помани, тако *з*ло е*с*ть *о*ко луб*к*аво”. У наведеному вірші словосполучення *око лубкаво*, як і *несите око* в Т. Шевченка, вербалізує ПОЖАДЛИВІСТЬ як один із семи смертних гріхів.

У Римській Біблії ужито саме вислів Т. Шевченка, а не вираз із церковнослов'янського тексту, порівняймо: “Пам'ятай: *несите око* — це річ погана”. Зазначимо, однак, що Книга Сираха у цьому перекладі зазнала найбільшого редакторського втручання з боку І. Костецького, тому буде справедливніше приписати цей елемент одомашнення йому, а не І. Хоменкові. Порівняймо переклад Р. Турконяка: “Згадай, що *зле око* — погане” й переклад Патріарха Філарета: “Пам'ятай, що *зздрє око* — зла річ”. У книзі “Біблійна мудрість у латинських афоризмах” цей вірш з Книги Сираха в перекладі І. Хоменка зіставлено з латинським крилатим висловом *Oculi avidiores sunt, quam venter* (Очі жадібніші, ніж живіт) (Ю. Цимбалюк, с. 242). Примітно, що зв'язок між латинським і біблійним висловами можна простежити передусім через цей переклад, опосередкований Шевченковим текстом.

Ще один біблійний метаобраз виникає на основі актуалізації лексеми *тихий* — одного з найчастотніших ключових слів Шевченкової поезії. Власне знову його важко назвати метаобразом, адже, як і в попередніх випадках, він сам стає джерелом національної біблійної образності в деяких українських перекладах Біблії. Слово *тихий* у контексті всього “Кобзаря” — багатозначне: від блаженства “тихого раю” до затаєної люти “тихого і тверезого” лицеміра, що “нишком у куточку гострить ніж на брата”. Проте у контексті “Давидових псалмів” *тихий* — номінація праведника (як у Псалмі 81 — “*І виведить із тісноти // На волю тихих*” (Т. Шевченко, т. 1, с. 261)) чи навіть ознака святості (як у псалмі 149 — “*Преподобнії во славі // І на тихих ложах // Радуються, славословлять, // Хвалять ім'я Боже*” (т. Шевченко, т. 1, с. 263)). Можливо, саме під впливом Т. Шевченка, образ *блаженства тихих* з'являється в першому українському перекладі Євангелій П. Морачевського, Біблії 1903 року та перекладі І. Хоменка; порівняймо:

“**Блаженні тихий**, бо вони осягнуть землю” (Святе Євангеліє, Мт. 5: 5), “**Блаженні тихі**, бо такі осядуть землю” (Біблія 1903 р., Мт. 5: 5); “Блаженні **тихі**, бо вони успадкують землю” (Святе Письмо, пер. І. Хоменка, Мт. 5: 5) Для прикладу, церковнослов’янський варіант – блажени кротціє, переклади І. Огієнка, Патріарха Філарета і Р. Турконяка – *блаженні лагідні*. Відтворюючи образ праведника з Шевченкового Псалма 81, англійська перекладачка Віра Річ зупинилася на слові *meek*, що входить до переліку блаженств у Біблії короля Якова; порівняймо.: “*Blest are the **meek**: for they shall inherit the earth*” (King James Bible, Mt 5: 4) – “*Go, bring forth those that are **meek** // From narrow confines into freedom*” (Т. Shevchenko, с. 190). Цікавим видається коментар у “Біблійному словнику” Томаса Нельсона: “Схиляння перед Богом і лагідність до людей, що впливає з визнання всемогутності Бога. Слабкість і *meekness* (тихість, лагідність. – О. Д.) – не одне і те ж. Слабкість впливає з негативних ознак, таких як брак сили чи мужності. *Meekness* – результат свідомого вибору людини. Це контрольована сила і мужність у поєднанні з добротою” (переклад авт. – О. Д.) (Т. Nelson). Видається, що саме такі смисли заклад у свій біблійний метаобраз *тихих праведників* Т. Шевченко. Вірі Річ удалося розкодувати як авторські, так і глибинні біблійні смисли цього концепта.

Ще очевиднішим впливом Т. Шевченка видається вираз *тихе серце*, що його І. Пулюй увів у переклад Псалтиря за відсутності відповідника в оригіналі: “*Впovай **тихим серцем** на Господа, і дожидай його*” (Біблія 1903 р., Пс. 37: 7) (у Т. Шевченка цей образ повторюється двічі). Отже, спостерігаємо, що в метабіблійних контекстах Шевченкових поезій слово *тихий* не лише нашаровує біблійні смисли, а й продукує їх. Зауважимо, що І. Пулюй перекладав у тандемі з П. Кулішем, який заклад підгрунтя барокової течії. У перекладах П. Куліш послідовно впроваджував теорію староруської мови, що стала своєрідною реакцією на офіційну теорію “общерусского языка”. На думку І. Франка, ця теорія заснована на “хибнім розумінні української мови”: П. Куліш “[...]”

відчувався також живої української людової мови і пробував сконструювати собі, спеціально для перекладів, якусь “староруську” українську з ніби архаїчним, а насправді церковним та московським забарвленням” [9, т. 35, с. 407]. Проте вже М. Зеров крізь відбиток “дещо антикварного і архаїчного”, що надто сильно відчувався тодішніми читачами й критиками, роздивився суть Кулішевої теорії – “синтез народнопоетичного багатства з відгомонами старої [...] книжної традиції” [4, с. 283], “виращування на його (пісенного стилю. – О. Д.) ґрунті «художньо-кунштовного слова»” [4, с. 283]. Цю думку розвиває А. Даниленко і розглядає П. Куліша як “справжнього уніфікатора двох частин України” [10, с. 385], який прагнув синтезувати книжну давньоукраїнську мову з регіональними діалектами, проте не знайшов підтримки серед сучасників.

Висновуємо: у творах Т. Шевченка формується особлива метабіблійна концептосфера, компоненти якої яких багаторазово вербалізуються не лише в псалмах і “подражаннях”, але й у контексті повного “Кобзаря”. Ці повторювані слова актуалізують смисли власне біблійних концептів, омовлених у церковнослов’янському перекладі Біблії, однак при цьому нашаровують нові, національно-забарвлені смисли. Повторюваність цих лексем у контексті Шевченкової метабіблійної і позабіблійної творчості виводить їх на рівень символів, а згодом і культурних концептів, які вибудовують нову українську біблійну концептосферу, вплив якої простежується в українських перекладах Святого Письма. Таким чином, дана розвідка відкриває перспективу дослідження українських біблійних перекладів крізь призму сприймаючої полісистеми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аверинцев С. Поэтика ранневизантийской литературы. Санкт-Петербург: Азбука-классика, 2004. 480 с.
2. Барщевський Т. Переклади Біблії церковнослов’янською і українською мовами. *Міжнародний біблійний коментар. Католицький*

та екуменічний коментар на XXI століття: у 6-ти т. / відп. ред. В. Р. Фармер. Львів: Свічадо, 2017. Т. 1. С. 244–270.

3. Блюменберг Г. Світ як книга / пер. з нім. В. Єрмоленка. Київ: Лібра, 2005. 544 с.

4. Зеров М. Твори: в 2 т. Київ: Дніпро, 1990. Т. 2: Історико-літературні та літературознавчі праці / упоряд. Г. Кочура, Д. Павличка. 601 с.

5. Космеда Т., Плотнікова Н. В. Лінгвоконцептологія: мікроконцептосфера СВЯТКИ в українському мовному просторі. Львів: ПАІС, 2010. 408 с.

6. Коцюбинська М. Кругообіг образів. *Мої Обрії: у 2 т.* Київ: ДУХ І ЛІТЕРА, 2004. Т. 1. С. 80–94.

7. Лихачев Д. Концептосфера русского языка. *Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: антология* / под общ. ред. В. Нерознака. Москва: Academia, 1997. С. 280–287.

8. Попова З., Стернин И. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж: Истоки, 2001. 191 с.

9. Франко І. Я. Зібрання творів: у 50 т. / редкол.: Є. П. Кирилюк (голова) та ін. Київ: Наук. думка, 1980–1986. Т. 26–50: Науково-критичні праці.

10. Danylenko A. From the Bible to Shakespeare. Pantelejmon Kuliš (1819– 1897) and the formation of literary Ukrainian. Boston: Academic Studies Press, 2016. 447 p.

ДЖЕРЕЛА

11. Біблія. Книги Святого Письма Старого та Нового Завіту / [пер. Р. Турконяк]. Київ: Укр. Біблійне Товариство, 2013. 1213 с.

12. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета на церковнославянском языке. Москва: Российское Библейское Общество, 2001. 176 с.

13. Біблія. Книги Священного Писання Старого і Нового Завіту / [пер. Патріарх Філарет]. Київ: Видання Київ. Патріархату, 2004. 1407 с.

14. Святе Євангеліє / [пер. П. Морачевський]. Київ: Видавн. дім “Простір”, 2007. 63 с.

15. Святе Письмо Старого та Нового Завіту / [пер. І. Хоменко]. Ватикан: Editorial Verbo Divino, 1990. 1422 с.

16. Святе Письмо Старого та Нового Завіту / [пер. П. Куліш, І. Левицький та І. Пулюй]. Київ: Укр. Біблійне Товариство, 2003. 1164 с.
17. Словарь української мови: у 4 т. / упоряд. з додат. Б. Грінченко. Репринт, 1907. Київ: Вид-во Довіра – УНВЦ “Рідна мова”, 1997. Т. 1–4.
18. Цимбалюк Ю., Кобів Й., Смурова Л., Латун Л. Біблійна мудрість у латинських афоризмах українською і англійською мовами: наук.-навч. посіб. Вінниця: НОВА КНИГА, 2003. 410 с.
19. Шевченко Т. Г. Повне зібрання творів: у 12 т. / упоряд. та авт. комент. В. С. Бородін та ін; редкол.: Є. П. Кирилук (голова) та ін. Київ: Наук. думка, 1989–1991. Т. 1–12.
20. Biblesoft's New Exhaustive Strong's Numbers and Concordance with Expanded Greek-Hebrew Dictionary. Biblesoft and International Bible Translators, Inc. 1994.
21. Nelson's Illustrated Bible Dictionary. PC Study Bible. Thomas Nelson Publishers, 1986. Biblesoft and International Bible Translators, Inc., 1994.
22. Shevchenko T. Kobzar / [transl. by Vera Rich]. Kyiv: Mystetstvo, 2013. 335 p.
23. The Holy Bible (the King James Version). London: Trinitarian Bible Soc., s. a., 1152 p.

REFERENCES

1. Averincev S. *The Poetics of Early Byzantine Literature*. St.-Petersburg: Azbuka-klassika, 2004. 480 p. [Averincev S. Pojetika rannevizantijskoj literatury. Sankt-Peterburg: Azbuka-klassika, 2004. 480 c.]
2. Barshhevsjkyj T. *Church-Slavonic and Ukrainian Translations of the Bible // International Bible Commentary. Catholic and Ecumenic Commentary for the 21st Century: in 6 vols.* / chief ed. B. R. Farmer. Lviv: Svichado, 2017. V. 1. P. 244–270. [Barshhevsjkyj T. Pereklady Bibliji cerkovnoslov'janskoju i ukrajinskoju movamy. Mizhnarodnyj biblijnyj komentar, katolycjkyj ta ekumenichnyj komentar na XXI stolittja: u 6-ty t. / vidp. red. V. R. Farmer. Ljviv: Svichado, 2017. T. 1. S. 244–270.]
3. Bljumenberg Gh. *The World as a Book* / tr. from German by V. Jermolenko. Kyjiv: Libra, 2005. 544 p. [Bljumenberg Gh. Svit jak knygha / per. z nim. V. Jermolenka. Kyjiv: Libra, 2005. 544 s.]

4. Zerov M. *Works*: in 2 vols. Kyiv: Dnipro, 1990. V. 2: Historical and Literary and Literary Studies Works / comp. by H. Kochur, D. Pavlychko. 601 p. [Zerov M. *Tvory*: v 2 t. Kyjiv: Dnipro, 1990. T. 2: Istoryko-literaturni ta literaturoznavchi praci / uporjad. Gh. Kochura, D. Pavlychka. 601 s.]
5. Kosmeda T., Plotnikova N. V. *Linguoconceptology: Conceptual microsphere CHRISTMAS in the Ukrainian Lingual Space*. Lviv: PAJIS, 2010. 408 p. [Kosmeda T., Plotnikova N. V. *Linghvoconceptologhija: mikrokonceptosfera SVJaTKY v ukrajinsjkomu movnomu prostori*. Ljviv: PAJIS, 2010. 408 s.]
6. Kocjubynsjka M. *The circuit of Images // My Horizons*: in 2 vols. Kyiv: DUKh I LITERA, 2004. V. 1. P. 80–94. [Kocjubynsjka M. *Moji Obriji*: u 2 t. Kyjiv: DUKh I LITERA, 2004. T. 1. S. 80–94]
7. Lihachev D. *Conceptual Sphere of the Russian Language. Russian Linguistics. From Linguistic Theory to the Structure of the Text: Anthology* / ed. by V. Neroznak. Moscow: Academy, 1997. P. 280–287. [Lihachev D. *Konceptosfera russkogo jazyka. Russkaja slovesnost'. Ot teorii slovesnosti k strukture teksta: antologija* / pod obshh. red. V. Neroznaka. Moskva: Academia, 1997. S. 280–287]
8. Popova Z., Sternin I. *Esseys on Cognitive Linguistics*. Voronezh: Istoki, 2001. 191 p. [Popova Z., Sternin I. *Ocherki po kognitivnoj lingvistike*. Voronezh: Istoki, 2001. 191 s.]
9. Franko I. *The Collection of Works*: in 50 vols / ed. by Je. P. Kyryljuk (chief ed.) and others. Kyiv: Nauk. dumka, 1980–1986. V. 26–50: Scientific and Critical Works. [Franko I. Ja. *Zibrannja tvoriv*: u 50 t. / redkol.: Je. P. Kyryljuk (gholova) ta in. Kyjiv: Nauk. dumka, 1980–1986. T. 26–50: Naukovo-krytychni praci.]
10. Danylenko A. *From the Bible to Shakespeare. Pantelejmon Kuliš (1819– 1897) and the formation of literary Ukrainian*. Boston: Academic Studies Press, 2016. 447 p.

RESOURCES

11. Bible. *The Books of the Holy Scripture of the Old and New Testament* [tr. by R. Turkonjak]. Kyiv: Ukrainian Bible Society, 2013. 1213 p. [Biblija. *Knyghy Svjatogho Pysjma Starogho ta Novogho Zavitu* / [per. R. Turkonjak]. Kyjiv: Ukr. Biblijne Tovarystvo, 2013. 1213 s.]
12. Bible. *The Books of the Holy Scripture of the Old and New Testament in Church-Slavonic*. Moscow: Russian Bible Society, 2001. 176 p. [Byblyja. *Knyghy Svjashhennogho Pysanyja Vetkhogho y Novogho*

Zaveta na cerkovnoslavjanskom jazyke. Moskva: Rossyjskoe Byblejskoe Obshhestvo, 2001. 176 s.]

13. *Bible. The Books of the Holy Scripture of the Old and New Testament* [tr. by Patriarch Filaret]. Kyiv: Kyiv Patriarchate Edition, 2004. 1407 p. [Biblija. Knyghy Svjashhennogho Pysannja Starogho i Novogho Zavitu / [per. Patriarkh Filaret]. Kyjiv: Vydannja Kyjiv. Patriarkhatu, 2004. 1407 s.]

14. *The Holy Gospel* / [tr. by P. Morachevsjkyj]. Kyiv: "Prostir" Publ., 2007. 63 p. [Svjate Jevangelije / [per. P. Morachevsjkyj]. Kyjiv: Vydavn. dim "Prostir", 2007. 63 s.]

15. *Bible. The Books of the Holy Scripture of the Old and New Testament* [tr. by I. Khomenko]. Vatican: Editorial Verbo Divino, 1990. 1422 p. [Svjate Pysjmo Starogho ta Novogho Zavitu / [per. I. Khomenko]. Vatykan: Editorial Verbo Divino, 1990. 1422 s.]

16. *Bible. The Books of the Holy Scripture of the Old and New Testament* [tr. by . P. Kulish, I. Levycjkyj ta I. Puljuj]. Kyiv: *Ukrainian Bible Society*, 2003. 1164 p. [Svjate Pysjmo Starogho ta Novogho Zavitu / [per. P. Kulish, I. Levycjkyj ta I. Puljuj]. Kyjiv: Ukr. Biblijne Tovarystvo, 2003. 1164 s.]

17. *The Dictionary of the Ukrainian Language*: in 4 vols. /comp. with suppl. By B. Ghrinchenko. Reprint, 1907. Kyiv: "Dovira" Publ. House. V. 1–4. [Slovarj ukrajinsjkoji movy: u 4 t. / uporjad. z dodat. B. Ghrinchenko. Reprynt, 1907. Kyjiv: Vyd-vo Dovira – UNVC "Ridna mova", 1997. T. 1–4.]

18. Cymbaljuk Ju., Kobiv J., Smurova L., Latun L. *Biblical Wisdom in Latin Proverbs in Ukrainian and English*: Reference Book. Vinnycja: NOVA KNYGhA, 2003. 410 p. [Cymbaljuk Ju., Kobiv J., Smurova L., Latun L. Biblijna mudristj u latynsjkykh aforyzmakh ukrajinsjkoju i anghlijsjkoju movamy: nauk.-navch. posib. Vinnycja: NOVA KNYGhA, 2003. 410 s.]

19. Shevchenko T. *The Complete Works*: in 12 vols. \ Comp. and comment. by B. C. Borodin and others: ed. by Je. P. Kyryljuk (chief ed.) and others. Kyiv: Nauk. Dumka, 1989–1991. V. 1–12. [Shevchenko T. Gh. Povne zibrannja tvoriv: u 12 t. / uporjad. ta avt. koment. B. C. Borodin ta in; redkol.: Je. P. Kyryljuk (gholova) ta in. Kyjiv: Nauk. dumka, 1989–1991. T. 1–12.]

20. Biblesoft's New Exhaustive Strong's Numbers and Concordance with Expanded Greek-Hebrew Dictionary. Biblesoft and International Bible Translators, Inc. 1994.

21. Nelson's Illustrated Bible Dictionary. PC Study Bible. Thomas Nelson Publishers, 1986. Biblesoft and International Bible Translators, Inc., 1994.
22. Shevchenko T. Kobzar / [transl. by Vera Rich]. Kyiv: Mystetstvo, 2013. 335 p.
23. The Holy Bible (the King James Version). London: Trinitarian Bible Soc., s. a., 1152 p.

УДК 81'37[81'36]:81'4=161.2

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

Малишева М. А.

ТАКСОНОМІЯ ІМПЕРАТИВА В РЕЛІГІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Анотація. У статті визначено модальні відтінки релігійного імператива, диференційовано їх відповідно до логіко-інтуїтивного світовідчуття релігійних текстів дослідника через силу ухилення виконання бажаної дії адресатом; надано термінологічного визначення периферії наказу в імперативному висловленні та створено таксономію наказового способу в релігійному дискурсі за принципом фізичної дисперсії світла. Відзначено, що релігійний дискурс є найбільш специфічним та складним проявом комунікативних одиниць, у якому лінгвістичні закони діють за семантичним значенням і прагматично відображають нетрадиційні співвідношення між морфологічними та синтаксичними граматичними категоріями. Також у статті здійснено оцінку лінгвопрагматичних дискурсивних теоретичних досліджень; розглянуто питання модального співвідношення дійсності та ствердження в лінгвістиці; відзначено, що імператив як граматична категорія дієслова має не лише предикативний характер, але й модальний; прагматичні аспекти вияву механізму референції у релігійному дискурсі в поєднанні із логіко-філософським підходом до розуміння імперативних відтінків модальності є головними засобами їхнього функційно-семантичного аналізу та термінологічного визначення; відзначено, що модальність релігійного імператива репрезентується не на традиційній її мовоцентричній теорії, а на її когнітивному розумінні в аспекті

християнської ментальності, чуттєвому відображенню принципів релігійної дійсності; дисперсія імператива в релігійному дискурсі будується на 7 спектрах модальності за принципом дисперсії на основі логіко-філософського розуміння поняттєвої семантики імперативних відтінків через силу ухилення виконання бажаної дії адресатом (найменша бажаність щодо виконання імперативної дії реалізовується у спектрі привітанні, а найбільша – у забороні); релігійна таксономія імператива диференціюється на сім основних спектрів (заборона, вимога, спонукання; прохання; заклик, настанова; засторога; пересторога; порада; привітання, побажання), поєднання яких утворює найсильніший ядровий імператив – наказ. У статті також обґрунтовано відсутність поняття "наказ" у релігійному дискурсі.

Ключові слова: дискурс-аналіз, наказ, заборона, спонукання, прохання, заклик, засторога, пересторога, порада, побажання, релігійний дискурс.

Інформація про автора: Малишева Марина Анатоліївна – дисертант, кафедра української мови, Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова; Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні НАН України.

Електронна адреса: m_dovgalyuck@ukr.net

Maryna Malysheva

TAKSONOMY OF IMPERATIVE IN RELIGIOUS DISCOURSE

Abstract. The article is devoted to religious discourse, which is the most specific and complex manifestation of communication units, in which linguistic laws operate according to semantic significance and pragmatically reflect unconventional correlations between morphological and syntactic grammatical categories; critical evaluation of linguopragmatic discursive theoretical studies was carried out; the questions of the modal correlation of reality and assertion in linguistics are covered; imperative as a grammatical category of the verb hasn't only a predicative character, but also a modal which in religious discourse is represented by an opposite vector of functioning, in comparison with the classical modal split according to the types of relation to reality and modal values through the prism of the category of "speaker's sight"; it is emphasized that the pragmatism of the referencing mechanism in

combination with the logical-philosophical approach to understanding the imperative shades of modality are the main means of their functional-semantic analysis and definition in religious discourse; it's noted that in religious discourse modality is based on the own plot structure of the institution, which is expressed through the pragmatic goal and it's imperative realization, which ideally creates God and passes through the preacher to the addressee; modal shades of the ordering method in the religious environment are defined; imperative modal shades are differentiated according to the logical and intuitive perception of the religious texts of the researcher due to the force of evading the desired action by the addressee; the religious taxonomy of the imperative based on the principle of physical dispersion of light on the 7 basic spectra is created (order, prohibition, prompt, request, exhort, caveat, prevent, advice, wishes), the combination of which is formed by the strongest core imperative – an order (the least desirable for the fulfillment of the imperative action in greetings, and the biggest one - in prohibition); the absence of the notion of “order” in religious discourse is substantiated; peripheral imperative spectra provided a conceptual essence.

Key words: discourse analysis, order, prohibition, prompting, request, exhort, caveat, prevent, advice, wishes.

Information about author: Malysheva Maryna Anatoliyivna – dissertant, department of the Ukrainian language, National Pedagogical M.P. Dragomanov University; O. O. Potebnia Institute of Linguistics of the National Academy of Sciences of Ukraine.

E-mail: m_dovgalyuck@ukr.net.

Мальшиева М. А.

ТАКСОНОМИЯ ИМПЕРАТИВА В РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ

Анотация. В статье определены модальные оттенки религиозного императива, дифференцированно их в соответствии с логико-интуитивным мироощущением религиозных текстов исследователем путем уклонения выполнения желаемого действия адресатом; создано терминологические определения периферии приказа в императивном высказывании, а также – таксономия повелительного наклонения в религиозном дискурсе по принципу физической дисперсии света. Определено, что религиозный дискурс является наиболее специфическим и сложным проявлением

коммуникативных единиц, в котором лингвистические законы действуют по семантическим значениям и прагматично отражают нетрадиционные соотношения между морфологическими и синтаксическими грамматическими категориями. Также в статье осуществлена оценка лингвопрагматических дискурсивных теоретических исследований; рассмотрен вопрос модального соотношения действительности и утверждение в лингвистике; определено, что императив как грамматическая категория глагола имеет не только предикативный характер, но и модальный; прагматические аспекты проявления механизма референции в религиозном дискурсе в сочетании с логико-философским подходом к пониманию императивных оттенков модальности являются главными средствами их функционально-семантического анализа и терминологического определения; модальность религиозного императива базируется не на традиционной лингвистической теории, а на ее когнитивном смысле в аспекте христианской ментальности, чувственном отражении принципов религиозной действительности; дисперсия императива в религиозном дискурсе построена на 7 спектрах модальности по принципу дисперсии на основе логико-философского понимания семантики императивных оттенков в зависимости от силы уклонения выполнения желаемого действия адресатом (наименьшее желание по выполнению императивного действия реализуется в спектре пожелания, а наибольшее – в запрете); религиозная таксономия императива дифференцируется на семь основных спектров (запрет, требование, побуждение; просьба; призыв, установка; предостережение; предупреждение; совет; поздравление, пожелание), сочетание которых образует сильнейший ядровой императив – приказ. В статье также обоснованно отсутствие понятия "приказ" в религиозном дискурсе.

Ключевые слова: дискурс-анализ, приказ, запрет, побуждение, просьба, призыв, предостережение, предупреждение, совет, пожелание.

Информация об авторе: Малышева Марина Анатольевна - диссертант, кафедра украинского языка, Национальный педагогический университет им. М. П. Драгоманова; Институт языкознания им. А.А. Потебни НАН Украины.

Электронный адрес: m_dovgalyuck@ukr.net.

У сучасній мовознавчій науці спостерігається значний інтерес до функційно-комунікативного опису мови. Результатом такого зацікавлення є активне зростання ролі комунікації, як одного із модусів вияву мови, яка обслуговує всі соціальні інститути. У таких Інститутах життя мовних законів характерне зазвичай асистемністю, хаотичністю, складною синкретичною взаємодією мовних рівнів, які, в свою чергу, теж побудовані за власною функційною системою координат. Таку багатовекторну власну природу мова реалізовує у дискурсі. Поняття дискурсу навіть у новітніх мовознавчих розвідках не є однозначно кваліфікованим, тому воно продовжує перебувати у вигляді невизначеного об'єкта, на мовне поле якого лінгвіст ступати не завжди наважується через занадто специфічне середовище, у якому перебувають мовні елементи. Результатом цього стало те, що, за словами

Ж. Ж. Куртіна, “ціною втрати дискурсу заплачено за ґрунтовність в теоріях мови” [11, с. 97]. Найбільшою мірою це стосується релігійної мовленнєвої діяльності, предметно-знаковим носієм якої є релігійний дискурс, адже саме він є найскладнішим з-поміж інших і за планом змісту, і за планом вираження, де мовні елементи функціонують по-особливому специфічно. Подібного погляду дотримується і К. Аверьянова, яка відзначає, що “релігійний дискурс у нашій країні за радянських часів не досліджували, однак і в пострадянський час небагато дослідників наважувалися приступити до аналізу надзвичайно делікатного для віруючих матеріалу [1]. Така ситуація з лінгвістичним тлумаченням особливостей релігійного дискурсу зумовлює *актуальність* статті.

Метою статті є створення таксономії імператива у релігійному дискурсі. Це передбачає розв'язання таких *завдань*: визначення статусу наказового способу у релігійному дискурсі; виявлення модальних відтінків релігійної імперативності та їх диференціація; надання периферії імператива термінологічного визначення; створення таксономії імператива у релігійному дискурсі.

У лінгвістичних дослідженнях поняття імперативності постає складним та різноплановим явищем, а в релігійному

дискурсі воно залишається ще й малодослідженим. Аналіз мови релігії здійснювали такі лінгвісти як Г. Агєєва (вплив релігійних текстів), К. Бобирєва (цінності і жанри), І. Богачевська (філософсько-релігійні рефлексії), В. Борита (мова проповідей), І. Бугаєва (мова православної галузі), О. Казніна (концепт віри), О. Малярчук (особливості релігійного дискурсу), Н. Одарчук, Н. Приварська (структурно-функційні особливості), Т. Івасишина (розмежування біблійного та релігійного дискурсів) та інші.

Імператив є граменою наказової дії, яка створюється механізмом волевиявлення адресанта через різнорідну категорію модальності, центральним значеннєвим ядром якого є наказ, як основна форма розпорядчої діяльності комуніканта, та його дисперсивний вияв у інших вербальних спектрах. У релігійному дискурсі сутність імператива ще більш ускладнена й неоднозначна у порівнянні з класичним теоретичним його розумінням у мовознавстві, бо функціонує у занадто специфічному та лінгвістично недослідженому релігійному середовищі, яке підпорядковане законам релігійної прагматики. В. Русанівський, який дотримується традиційної триграмемної категорії способу і доповнення її грамемами спонукального та бажального способів, наголошує, що “наказовий спосіб виражає значення необхідності виконання дії мовцем, співрозмовником, мовцем разом зі співрозмовником або особою, що не бере участі в розмові” [13, с. 636]. І. Вихованець, даючи власне визначення поняття, зазначає не лише бажаність дії, але й указує на модальність ірреального у певних комунікативних ситуаціях: “наказовий спосіб, або імператив, виражає волевиявлення мовця – наказ, вимогу, спонукання, тощо виконати бажану для нього дію чи набутти бажаний для нього процес або стан” [5, с. 258]. Наказовий спосіб як граматична категорія дієслова має не лише предикативний характер, але й модальний, який у релігійному дискурсі репрезентований протилежним вектором функціонування, у порівнянні із класичними поділом модусу відповідно до типів відношення до дійсності та модальних значень крізь призму категорії “погляду мовця”.

Більшість мовознавців визнає такі типи модальних значень, які базовані на погляді мовця, як реальність/нереальність; можливість, необхідність, бажаність; оцінка впевненості; ціль висловлення; ствердження/заперечення (присутність/відсутність) зв'язків між предметами/явищами, про які мовиться; якісна та емоційна оцінка пропозиції висловлення. Релігійний дискурс не дозволяє оцінювати свої волевиявлення через таку призму розуміння модальності, оскільки недоречно оцінювати адресатові Божі закони, а особливо – адресантові, який за релігійними поглядами лише передає Слова Бога, а не створює їх. Вся подана інформація у проповіді, яка виражається граматичними, лексичними, інтонаційними засобами, є та сприймається не як гіпотетична, а як реально наявна; окреслена ситуація у мовленнєвому акті завжди імперативна (необхідна); проповідник має бути завжди впевненим у достовірності інформації, яку він повідомляє адресатові; комунікативна функція волевиявлення завжди матиме певну дисперсію імператива; зв'язки між предметами у релігійному дискурсі не можуть бути заперечуваними чи відсутніми. Такий тип модальності визначив В. Виноградов: “те, що повідомляється, може мислитися мовцем як реальне, наявне в минулому чи тепер, як те, що реалізується в майбутньому, як бажане, як те, чого потребують [...]” [4, с. 16]; якісну чи емоційну оцінку інформації проповідник здійснити може, але не на Божі закони, а на реакцію чи вчинки адресата на основі почутого, висловлюючи критику та здійснюючи певний прагматичний вплив на адресата.

Питання модального співвідношення реальності та ствердження є складним для лінгвістичного розуміння, бо воно є суто філософським. Найкраще його потлумачив Г. Гегель, думки якого чітко реалізуються в релігійному дискурсі: “[...] розглядаючи термін “реальність”, передусім потрібно торкнутися метафізичного поняття Бога, від якого походять онтологічні докази його буття. Бог – це сукупність усіх реалій, які не є протилежними” [6, с. 173]. Лінгвістика все ж таки тяжіє до розмежування категорії ствердження та модальності й надає їм статусу самостійності, однак при цьому не заперечує їхнього співвідношення. Таке

співвідношення має вияв у трьох лінгвістичних поглядах: 1) ствердження є формою, у якій реалізується об'єктивна модальність, 2) об'єктивна модальність є формою, у якій виражається ствердження, 3) ствердження повністю підпорядковане модальності висловлення. М. Грепл має протилежну думку та вважає, що "[...] до модальності в принципі не відносять ствердження і заперечення" та водночас зауважує, "що лише в деяких випадках ствердження й заперечення мають модальне значення" [7, с. 300]. Л. Єрмолаєва диференціює модальність за відношенням на "внутрішню, об'єктивно зовнішню та суб'єктивно зовнішню. Під внутрішньою модальністю розуміється відношення суб'єкта (рідше об'єкта) дії до здійснюваної ним дії. [...] Основний засіб вираження – [...] модальні дієслова. Під зовнішньою модальністю речення розуміється відношення змісту до дійсності у плані реальності/нереальності (об'єктивна внутрішня модальність) і ступінь упевненості мовця у фактах, про які повідомляє (суб'єктивна внутрішня модальність). Основним засобом вираження об'єктивної внутрішньої модальності [...] є категорія способу, а суб'єктивної внутрішньої модальності – модальні слова" [8, с. 68-69]. По суті категорія "погляду мовця" висвітлює питання розмежування об'єктивної та суб'єктивної модальності, між якими "немає жорстких розмежувальних бар'єрів, оскільки їх значною мірою об'єднує спільність мовних засобів утілення, а також природа оцінки як основи функціонування категорії модальності, що синтезує об'єктивне та суб'єктивне в пізнанні людини" [2, с. 185]. В. Бріцин та В. Мозгунов зазначають, що "логічно погано вмотивованим є об'єднання об'єктивної і суб'єктивної модальності. У їх виділенні немає, хіба що крім поняття "відношення", будь-якої спільної логічної основи. Звертає на себе увагу й той факт, що об'єктивній модальності досить часто приписують властивість бути складником предикативності, тоді як суб'єктивна модальність залишається поза синтаксичною основою речення"; "далеко неоднозначним є й таке класичне визначення суб'єктивної модальності, як вираження ставлення мовця до висловленої ним же думки. Адже, пристаючи до такого

визначення, варто вважати, що когнітивна діяльність людини полягає в тому, що мовець на першому етапі висловлює первісні думки, які на другому етапі стають об'єктом “інквізиторських” самооцінок щодо їхньої вірогідності, справедливості, переконливості” [3, с. 133-134]. Я. Светлік розрізняє три види модальності у системі мови: “1) синтаксичну модальність (або – модальність комунікативну); 2) лексичну модальність (або – лексико-семантичну); 3) морфологічну модальність – модус дієслова. Останні – лексична і морфологічна модальності – підпорядковані синтаксичній модальності, бо вони є засобами її вираження, поряд з інтонацією, або виражають внутрішню модифікацію предикативного ядра речення. Синтаксична модальність є основним фактором, який створює предикацію – речення [...]. Її визначають зазвичай як вираження ставлення мовця до реальності висловленого в реченні” [12, с. 128-129]. Такий погляд стосовно пріоритетності синтаксичної модальності відображає акцент на вивченні мови через її актуалізацію. У релігійному дискурсі модальність базується на власній фабульній інституційній сутності, яка виражається через прагматичну мету та її імперативну реалізацію, яку в ідеалі створює Бог і передає через проповідника адресатові. Релігійні акти волевиявлення безпосередньо не/втілюються адресатом у власне життя, а тому принциповий розподіл модальності на типи, її першочергову лінгвістичну актуалізацію в релігійному просторі по суті несуттєвий, бо релігійна модальність як функційно-семантична категорія з боку адресанта буде суб'єктивною, а от прагматичний результат стосовно адресата завжди буде об'єктивним, оскільки Бог карає/милує поза межами людської свідомості та неупереджено відповідно до своїх Законів. Інакше кажучи, імперативна модальність релігійних мовленнєвих проповідницьких актів будується аспекти ствердження/заперечення під час вибору не/здійснення імперативного припису, а по суті лише в оцінному аспекті модальності найбільшою мірою під час здобутого результату від не/реалізації волевиявлення адресанта. Схематично це реалізується так: **Імператив адресанта** → **Пояснення імператива адресантом** → **Вибір адресата** в аспекті прийняття /

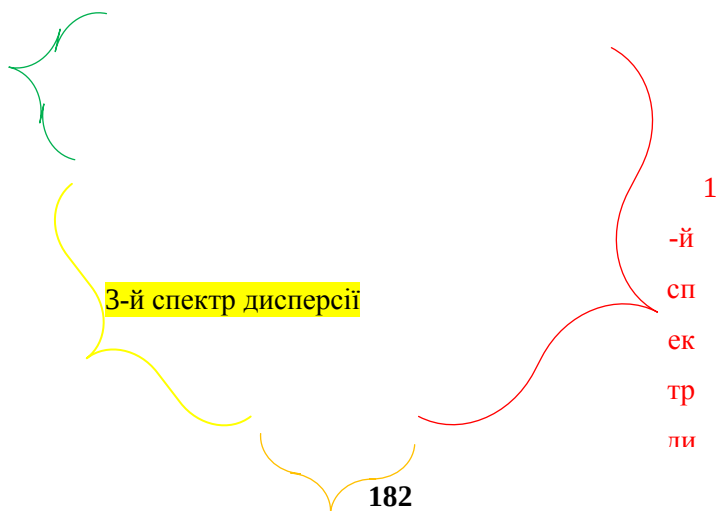
заперечення імператива → **Результат** (вибору) для адресата в аспекті оцінки (істинність/неістинність, реальність/ірреальність, необхідність, вірогідність, достовірність) імператива адресанта. Стосовно об'єктивної та суб'єктивної модальності, то видається недоцільним їх об'єднування, оскільки у релігійному дискурсі прагматично вони строго функціонують нарізно, де об'єктивна модальність належить адресанту (Богові / проповіднику), а суб'єктивна – адресатові, й об'єднує їх лише аспект оцінки.

Прагматика механізму референції у поєднанні із логіко-філософським підходом до розуміння імперативних відтінків модальності є головними засобами їхнього функційно-семантичного аналізу та визначення у релігійному дискурсі. Для побудови таксономії модальних відтінків імперативності найдоцільнішим є застосування явища дисперсії, завдяки якій, через призму логіко-інтуїтивного синкретизму, можна розкласти ядро імператива (наказ) (у релігійному дискурсі наказ відсутній) на модальний спектр через силу ухилення виконання бажаної дії адресатом. У середовищі імператива найменша бажаність щодо виконання імперативної дії у привітанні, а найбільша – у забороні:





4-й спектр дисперсії



2-й спектр дисперсії

Рис. 1. Таксономія дисперсії імператива

Поняття “наказ” відсутнє у Біблії, тому вживання його в релігійному середовищі через проповідницьке слово по суті є алогічним. Прагматичною відповіддю на відсутність ядрового спектра імперативності зі значенням беззаперечного виконання певного розпорядження в Церкві є власне пропозиція назви “Біблія”, яка має грецьке походження й означає “Книга книг”. У релігійній літературі є інші пропозиційні інваріанти назви Біблії, зокрема Священне Писання, Слово Боже, Закон Божий, Священне Письмо, але ніде не зустрічаються, навіть у назвах композиційних біблійних книг, назви типу Наказ Божий, Священні Накази, Божі Накази тощо. Лексема *наказ* лише формально функціонує на перекладацькому рівні у текстах біблійних Книг. У синонімічному гнізді біблійних назв є лише одна детермінанта, яка визначальна за значенням серед інших – лексема *слово*, що імпліцитно міститься у всіх інваріантних біблійних назвах. Навіть назви частин Біблії – Старий Завіт, Новий Завіт – через ядрову семантичну лексему *завіт* вказує на значення “угоди, договору” між Богом та людиною, але аж ніяк не на значення беззаперечного наказу, а, отже, Бог надає адресатові вибір між не/здійсненням бажаного інформаційного припису. Чинником, який також підтверджує надання адресатові вибору є офіційне існування назви *Закон Божий*. “Закон – це нормативно-правовий акт, прийнятий в особливому порядку органом законодавчої влади або на референдумі, має вищу юридичну силу та регулює найбільш важливі суспільні відносини” [9]. У зазначеному правовому тлумаченні дефініції *закон* є дві найважливіші семантичні складові, які проливають світло на розуміння біблійного імператива – словосполучення *нормативно-правовий акт* та вербатив *регулює*. Неважко помітити, що іменники *закон* та *акт* є прагматичними синонімами, які мають значення констатації, підтвердження подій, фактів, що безпосередньо стосуються адресата та

водночас у черговий раз нівелюють функціонування ядрового імперативного спектра “наказ”. Прагматичним антонімом як у релігійному середовищі, так і суспільно-правовому, є покарання. У Кримінальному кодексі України зазначено, що “покарання є заходом примусу, що застосовується від імені держави за вироком суду до особи, визнаної винною у вчиненні злочину, і полягає в передбаченому законом обмеженні прав і свобод засудженого. Покарання має на меті не лише кару, а й виправлення засуджених, а також запобігання вчиненню нових злочинів як засудженими, так і іншими особами. Покарання не має на меті завдати фізичних страждань або принизити людську гідність” [10]. Така позиція чітко представлена і у біблійному правовому законі, який ґрунтується на дотриманні релігійно-моральних, юридичних приписів (Вих. 20:2-17; Втор. 5:6-21 тощо) на основі “угоди, договору”, тобто Старим та Новим Завітами. Саме тому Завіт і надає Закону вищого релігійного сенсу, і – нагадує про Суд Божий (Втор. 19:16-17). Структура біблійного права чітко окреслює лінгвістичне поняття імперативності як механізму формування Божих Законів та за принципами співпадає із правовим устроєм сучасного життя адресата в суспільстві: *вибір адресата – порушення – покарання* (Вих. 21:12-37; Лев. 24:22; Втор. 19:21) *через суд* (Вих. 21:22) *смертю* (Лев. 24:16-22) та *повчання цим адресата* (Втор. 19:19-20).

Таксономія модальних відтінків імператива будується на явищі дисперсії крізь призму логіко-інтуїтивного синкретизму, розпадається за спектрами через силу ухиляння виконання бажаної дії адресатом і визначається такою поняттєвою сутністю:

1. **“Заборона”** – дисперсивний вияв відтінку ядрової модальності спектра “наказ” із таксономічним 1-м ядровим ступенем імперативного послаблення задля реалізації відповідного мовленнєвого примусу адресатом та позбавляє адресата будь-якого конотаційного заперечення чи незгоди.

1.1. **“Вимога”** – дисперсивний вияв відтінку ядрової модальності спектра “наказ” із таксономічним 1-м ступенем

імперативного послаблення та 2-м периферійним ступенем за відношенням до ядрової дисперсії заборони задля реалізації відповідного мовленнєвого примусу адресатом, який не допускає жодного заперечення з боку адресата.

1.2. **“Споукання”** – дисперсивний вияв відтінку ядрової модальності спектра “наказ” із таксономічним 1-м ступенем імперативного послаблення та 3-м периферійним ступенем за відношенням до ядрової дисперсії заборони задля реалізації відповідного мовленнєвого примусу адресатом із залученням аргументацій.

2. **“Прохання”** – дисперсивний вияв відтінку ядрової модальності спектра наказ із таксономічним 2-м ступенем імперативного послаблення задля реалізації відповідного мовленнєвого примусу адресатом із вказівкою надання конкретних предметів, явищ, стану, почуттів тощо.

3. **“Заклик”** – дисперсивний вияв відтінку ядрової модальності спектра “наказ” із таксономічним 3-м ступенем імперативного послаблення задля реалізації відповідного мовленнєвого примусу адресатом із можливим застосуванням пояснень.

3.1. **“Настанова”** – дисперсивний вияв відтінку ядрової модальності спектра “наказ” із таксономічним 3-м ступенем імперативного послаблення та першим периферійним ступенем за відношенням до ядрової дисперсії заклику задля реалізації відповідного мовленнєвого примусу адресатом, який співвідноситься до вказівки у формі інструкції.

4. **“Засторога”** – дисперсивний вияв відтінку ядрової модальності спектра “наказ” із таксономічним 4-м ступенем імперативного послаблення у значенні роз’яснення та аргументації повідомленої інформації задля реалізації відповідного мовленнєвого примусу адресатом.

5. **“Пересторога”** – дисперсивний вияв відтінку ядрової модальності спектра “наказ” із таксономічним 5-м ступенем імперативного послаблення у значенні чергового констатування й нагадування уже відомої важливої інформації

без будь-якого пояснення чи аргументації задля реалізації відповідного мовленнєвого примусу адресатом.

6. **“Порада”** – дисперсивний вияв відтінку ядрової модальності спектра “наказ” із таксономічним 6-м ступенем імперативного послаблення у значенні повчання задля реалізації відповідного мовленнєвого примусу адресатом через акцентування на модальному релігійному типі “вибір”, “оцінка”.

7. **“Побажання”** – дисперсивний вияв відтінку ядрової модальності спектра “наказ” із таксономічним 7-м ступенем імперативного послаблення задля реалізації відповідного мовленнєвого примусу для множини адресатів.

7.1. **“Привітання”** – дисперсивний вияв відтінку ядрової модальності спектра “наказ” із таксономічним 7-м ступенем імперативного послаблення та 2-м периферійним ступенем за відношенням до ядрової дисперсії побажання задля реалізації відповідного мовленнєвого примусу адресатом, що здебільшого будується на модальному значенні індивідуалізації (від адресанта) для конкретного слухача.

Отже, релігійна імперативність є категорією складною, проблемною та малодослідженою у лінгвістиці. Мовознавчі огляди релігійного дискурсу ґрунтуються на традиційних неоднозначних характеристиках наказового способу з мінімальним розглядом релігійного комунікативного прагмаявища у практичному його функціонуванні. Модальність імператива у релігійному середовищі репрезентується не на традиційній її мовоцентричній теорії, а на її когнітивному розумінні в аспекті християнської ментальності, чуттєвому відображенню принципів релігійної дійсності. Для побудови таксономії модальних відтінків імперативності найдоцільнішим є застосування явища дисперсії, завдяки якій, через призму логіко-інтуїтивного синкретизму, можна розкласти ядро імператива у модальний спектр через силу ухилення виконання бажаної дії адресатом. У релігійних православних мовленнєвих актах священнослужителя здебільшого вживаються такі імперативні відтінки: заборона, вимога, спонування; прохання;

.....

заклик, настанова; засторога; пересторога; порада; привітання, побажання.

У перспективі дослідження планується лінгвопрагматичний аналіз мовленнєвих актів проповідника за 7-ма спектрами імперативної модальності та побудова їхньої енергійності за 4-м лінгвістично значущим параметром Дж. Сьорля.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аверьянова Е. В. Семиолингвистические аспекты православного и католического житийного дискурса XI-XVII веков (на материале церковнославянского и латинского языков) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.20 : Тюмень, 2014.
2. Бацевич Ф. С. Вступ до лінгвістичної прагматики : підручник. Київ : ВЦ Академія, 2011. С. 185.
3. Бріцин В. М. Когнітивні аспекти теорії модальності / В. М. Бріцин, В. В. Мозгунов // Мовознавство. 2013. № 2-3. С. 128-148.
4. Виноградов В. В. Некоторые задачи изучения синтаксиса простого предложения // Вопросы языкознания. 1954. № 1. С. 16.
5. Вихованець І. Р. Теоретична морфологія української мови: Академ. граматика укр. мови / І. Вихованець, К. Городенська ; За ред. І. Вихованця. Київ : Унів. вид-во "Пульсари", 2004. С. 258.
6. Гегель Г. В. Ф. Наука логики. В 3-х томах. Москва : Мысль, 1970. Т. 1. С. 173.
7. Грепл М. О сущности модальности // Языкознание в Чехословакии. Москва. 1978. С. 300.
8. Ермолаева Л. С. Очерки по сопоставительной грамматике германских языков. Москва: Высшая школа, 1987. С. 68-69.
9. Зайчук О. В., Оніщенко Н. М. Теорія держави і права. Київ : Юрінком Інтер. 2006. URL: http://www.ebk.net.ua/Book/law/zaychuk_tdp/part3/1402.htm (дата звернення: 30.05.18).
10. Кримінальний кодекс України. Розділ Х. Покарання та його види. Ст. 50. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2341-14/page2> (дата звернення: 02.06.2018).
11. Куртин Ж. Ж. Шапка Клементиса (заметки о памяти и забвении в политическом дискурсе) // Квадратура смысла : Французская школа анализа дискурса / пер. с фр. и порт. / Общ. ред. и

вступ. ст. П. Серио ; предисл. Ю. С. Степанова. Москва : ОАО ИГ Прогресс, 2002. С. 97-98.

12. Светлик Я. К вопросу о синтаксической модальности. Братислава. с.127-129 URL: http://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/120839/SpisyFF_180-1973-1_19.pdf (дата звернення: 04.03.2017).

13. Українська мова: Енциклопедія / Редкол. : Русанівський В.М. (співголова), Тараненко О. О. (співголова), М. П. Зяблюк та ін. 2-ге вид., випр. і доп. Київ : Вид-во "Укр. енцикл." ім. М. П. Бажана. 2004. С. 636.

ДЖЕРЕЛА

1. Біблія. Книги Священного Писання Старого і Нового Завіту : в українському перекладі з паралельними місцями / Переклад Патріарха Філарета (Денисенка). Київ : Видання Київської Патріархії Української Православної Церкви Київського Патріархату, 2004. 1416 с.

REFERENCES

1. Averianova E. V. *Semiolinguistic aspects of the Orthodox and Catholic zhytine discourse of the XI-XVII centuries (on the material of Church Slavonic and Latin languages)* [Semyolynhvystycheskye aspekty pravoslavnoho y katolycheskoho zhytyinoho dyskursu XI-XVII vekov (na materyale tserkovnoslavianskoho y latynskoho yazykov)] : author's abstract. dis ... dr. philol. sciences : 10.02.20 : Tyumen, 2014.

2. Batsevich F. S. Introduction to linguistic pragmatics [Vstup do lnhvistychnoi prahmatyky] : a textbook. Kiev : VTS Academy, 2011. S. 185.

3. Bricin V. M. *Cognitive aspects of the theory of modality* [Kohnityvni aspekty teorii modalnosti] / V. M. Bricin, V. V. Mozgunov // Linguistics. 2013. №. 2-3. S. 128-148.

4. Vinogradov V. V. *Some problems of studying the syntax of a simple sentence* [Nekotorye zadachi izucheniya sintaksisa prostogo predlozheniya] // Questions of linguistics. 1954. №. 1. S. 16.

5. Vykhovanets' I. R. *Theoretical morphology of the Ukrainian language: Academg. grammar uk. Languages* [Teoretychna morfolohiia ukrainskoi movy: Akadem. hramatyka ukr. movy] / I. Vykhovanets', K. Horodenska; Ed. I. Vykhovanets'. Kyiv: Univ. publisher "Pulsari", 2004. P. 258.

6. Hegel G. V. F. *Science of logic* [Nauka logiki v trekh tomah]. In 3 volumes. Moscow: Thought, 1970. T. 1. S. 173.
7. Grepl M. *About the essence of modality* [O sushchnosti modal'nosti] // Linguistics in Czechoslovakia. Moscow. 1978. S. 300.
8. Ermolaeva L. S. *Essays on comparative grammar of Germanic languages* [Ocherki po sopostavitel'noj grammatike germanskih yazykov]. Moscow : Higher school, 1987. S. 68-69.
9. Zaychuk O. V., Onishchenko N. M. *Theory of State and Law* [Teoriia derzhavy i prava]. Kyiv : Yurinkom Inter. 2006. URL: http://www.ebk.net.ua/Book/law/zaychuk_tdp/part3/1402.htm (date of request : 30.05.18).
10. *The Criminal Code of Ukraine. Section X. Punishment and it's types* [Kryminalnyi kodeks Ukrainy. Rozdil X. Pokarannia ta yoho vydy]. Art. 50. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2341-14/page2> (date of request : 02.06.2018).
11. Curtin J. J. *Clement's hat (memoirs of memory and oblivion in political discourse)* // Quadrature of meaning: French school of discourse analysis / per. from fr. and the port. / Common Ed. and introduction. Art. P. Serio; prelude Yu. S. Stepanova. Moscow : IG Progress, 2002. S. 97-98.
12. Svetlich Ya. *On the question of syntactic modality* [K voprosu o sintaksicheskoy modal'nosti]. Bratislava s. 127-129. – URL: http://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/120839/SpisyFF_180-1973-1_19.pdf (date of request : 04.03.2017).
13. *Ukrainian language : Encyclopedia* [Ukrainska mova : Entsyklopediia] / Edit. : Rusanivsky V. M. (co-chairman), Taranenko O. O. (co-chairman), M. P. Zyabuluk, etc. 2nd ed., vers. and add. Kyiv : View “Ukr. Encyclopedia” M. P. Bazhana. 2004. S. 636.

RESOURCES

1. *Bible. Old and New Testament Scriptures : in Ukrainian translation with parallel places* [Bibliia. Knyhy Sviashchennoho Pysannia Staroho i Novoho Zavitu : v ukrainskomu perekladi z paralelnymy mistsiamy] / Translation of Patriarch Filaret (Denisenko). Kyiv : Edition of the Kyiv Patriarchate of the Ukrainian Orthodox Church of Kyiv Patriarchate, 2004. 1416 p.

Дата надходження до редакції – 10.10.2017 р.
Дата затвердження редакцією – 20.11.2017 р.

ІНДЕКСАЦІЯ ЗБІРНИКА В МІЖНАРОДНИХ НАУКОВОМЕТРИЧНИХ БАЗАХ ДАНИХ

Збірник наукових праць є **фаховим виданням із дисциплін філологічного профілю**. Наказ Міністерства освіти і науки України від 07.10.2015 р., № 1021.

Збірник входить до **науковометричної бази України “Україніка наукова”**, <http://irbis-nbuv.gov.ua>.

Збірник входить до **Міжнародної науковометричної бази Index Copernicus** (Польща), <https://indexcopernicus.com>.

Index Copernicus (Польща) — польська міжнародна науковометрична база даних, яка на сьогодні охоплює понад 5000 наукових журналів із усього світу. Створена у 1999 році з метою індексування, реферування наукових публікацій, просування досягнень науки й підтримки та розвитку національного та міжнародного співробітництва в галузі науки та техніки, фахової комунікації між науковцями, видавцями наукових журналів і науковими організаціями.

Збірник входить до **Міжнародної науковометричної бази ERIH PLUS** (Норвегія), <https://erihplus.nsd.no>.

ERIH PLUS (Норвегія), European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences – реферативна база з гуманітарних та соціальних наук, в якій публікації представлені різними європейськими мовами. Як проект Європейського наукового фонду (European Science Foundation) реферативна база даних та цитування наукових матеріалів ERIH PLUS є найбільшою у світі платформою з публікування та відстеження наукових праць у соціальних і гуманітарних сферах (антропологія, археологія, гендерні дослідження, історія, філософія, лінгвістика, психологія, літературознавство, музикознавство та ін.).

.....

Збірник входить до Міжнародної наукометричної бази Research Bib (Японія), <https://www.researchbib.com>.

ResearchBib (Японія) – академічна база даних, яка індексує та забезпечує відкритий доступ до рецензованих фахових журналів, повнотекстових документів і науково-дослідних конференцій. ResearchBib є найбільшою базою даних наукових журналів (понад 420 тисяч найменувань), які представлені у вільному доступі в мережі Інтернет.

Збірник входить до Міжнародної наукометричної бази РІНЦ (Росія), <https://elibrary.ru>.

РІНЦ (Росія), Російський індекс наукового цитування – це бібліографічна база даних наукового цитування, яка акумулює понад 9 мільйонів профільних публікацій, а також інформацію про їх цитування в понад 6000 наукових журналів. Вона призначена для оперативного забезпечення наукових досліджень актуальною довідково-бібліографічною інформацією, а також є потужним аналітичним інструментом, що дозволяє здійснювати оцінку результативності та ефективності діяльності науково-дослідних організацій, учених, рівня журналів та ін. у різних галузях науки.

INDEXATION OF THE DIGEST IN THE INTERNATIONAL SCIENTIFIC DATABASES

The scientific digest is a **professional edition of philological sciences**. Decree of the Ministry of education and science of Ukraine, 07.10.2015, № 1021.

The edition is included to the scientific database of Ukraine, <http://irbis-nbuv.gov.ua>.

The edition is included to the International scientific database Index Copernicus (Poland), <https://indexcopernicus.com>.

Index Copernicus (Poland) — Polish international scientific database, that currently covers more than 5000 scientific journals from all over the world. Established in 1999 with the aim of indexing, referencing scientific publications, promoting scientific achievements and supporting, developing national and international cooperation in the field of science and technology, professional communication between scientists, publishers of scientific journals and scientific organizations.

The edition is included to the International scientific database ERIH PLUS (Norway), <https://erihplus.nsd.no>.

ERIH PLUS (Norway), European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences – is a reference database on the humanities and social sciences, in which publications are represented in a number of major European languages. As a project of the European Science Foundation ERIH PLUS is the world's largest publication and tracking platform for social science and humanities (anthropology, archeology, gender studies, history, philosophy, linguistics, psychology, literary criticism, musicology etc.).

The edition is included to the International scientific database Research Bib (Japan), <https://www.researchbib.com>.

ResearchBib (Japan) is an academic database that indexes and provides open access to peer-reviewed journals, full-text documents and research conferences. ResearchBib is the largest database of

.....
journals (over 420 000 titles), which are freely available in the Internet.

The edition is included to the International scientific database RISC (Russia), <https://elibrary.ru>.

RISC (Russia), Russian index of scientific citation – is a bibliographic database of scientific citations, accumulating more than 9 million profile publications, as well as information on their citing from more than 6000 scientific journals. It is intended for the rapid provision of scientific research with up-to-date reference and bibliographic information, and is also a powerful analytical tool that allows to assess the effectiveness of research organizations, scientists, the level of journals, etc. in different branches of science.

ИНДЕКСАЦИЯ ИЗДАНИЯ В МЕЖДУНАРОДНЫХ НАУКОМЕТРИЧЕСКИХ БАЗАХ ДАННЫХ

Сборник научных трудов является **специализированным изданием по дисциплинам филологического профиля**. Приказ Министерства образования и науки Украины от 07.10.2015 г., № 1021.

Сборник входит в **наукOMETрическую базу Украины**, <http://irbis-nbuv.gov.ua>.

Сборник входит в **Международную наукOMETрическую базу Index Copernicus** (Польша), <https://indexcopernicus.com>.

Index Copernicus (Польша) - польская международная наукOMETрическая база данных, которая сегодня охватывает более 5000 научных журналов со всего мира. Созданная в 1999 году с целью индексирования, реферирования научных публикаций, продвижения достижений науки, поддержки и развития национального и международного сотрудничества в области науки и техники, профессиональной коммуникации между учеными, издателями научных журналов и научными организациями.

Сборник входит в **Международную наукOMETрическую базу ERIH PLUS** (Норвегия), <https://erihplus.nsd.no>.

ERIH PLUS (Норвегия), European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences – реферативная база по гуманитарным и социальным наукам, в которой публикации представлены на ряде основных европейских языков. Как проект Европейского научного фонда (European Science Foundation) реферативная база данных и цитирования научных материалов ERIH PLUS является крупнейшей в мире платформой по публикации и отслеживанию работ в социальных и гуманитарных сферах (антропология, археология, гендерные исследования, история, философия, лингвистика, психология, литературоведение, музыковедение и др.).

Сборник входит в **Международную наукометрическую базу ResearchBib** (Япония), <https://www.researchbib.com>.

ResearchBib (Япония) – это академическая база данных, которая индексирует и обеспечивает открытый доступ к рецензированным журналам, полнотекстовым документам и научно-исследовательским конференциям. ResearchBib является наибольшей базой данных журналов (свыше 420 тысяч наименований), которые представлены в свободном доступе в сети Интернет.

Сборник входит в **Международную наукометрическую базу РИНЦ** (Россия), <https://elibrary.ru>.

РИНЦ (Россия) – это библиографическая база данных научного цитирования, аккумулирующая более 9 миллионов профильных публикаций, а также информацию об их цитировании из более 6000 научных журналов. Она предназначена для оперативного обеспечения научных исследований актуальной справочно-библиографической информацией, а также является мощным аналитическим инструментом, позволяющим осуществлять оценку результативности и эффективности деятельности научно-исследовательских организаций, ученых, уровня журналов и т.д. в разных отраслях науки.

Кафедра стилістики та мовної комунікації

Інституту філології

Київського національного університету

імені Тараса Шевченка

планує публікацію періодичного збірника наукових праць

"Актуальні проблеми української лінгвістики:

теорія і практика" (випуск № 37)

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);

– чітко розмежовувати тире (–) і дефіс (-), уніфікувати лапки (" ") та апостроф (');

– приклади з писемних пам'яток набираються шрифтом **Izhitsa** зі збереженням h, #, @, w, s, f, j, k, v. Графічні варіанти написання літер не передаються.

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 зліва (*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 українською, англійською та російською мовами; до кожної з анотацій подаються ключові слова (не більше десяти слів) (*розмір 10 кеглів, курсив*). Анотації, подані іноземною мовою, не повинні бути дослівним перекладом україномовного варіанту та мають становити не менше 1000 знаків (із пробілами);

– 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 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 розрізнати наукову літературу та джерела.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ ПЕРЕКЛАДАЄТЬСЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ І ТРАНСЛІТЕРУЄТЬСЯ

ЛАТИНИЦЕЮ та подається в рубриці **REFERENCES** після основного списку. Обов'язковим є переклад назви праці, що подається курсивом перед транслітерованим варіантом: Chemerkin S.G. *Ukrainian language in the Internet : extralinguistic, internal and structural processes* [Ukrayinska mova v Interneti : pozamovni ta vnutrishno-strukturni protsesi]. – К., 2009;

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

Статті подаються до 19 листопада 2018 р. 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. Автори несуть повну відповідальність за подані до редколегії тексти статей, що повинні бути належним чином оформлені, містити актуальність і новизну дослідження; не повинні бути вже десь

надрукованими; не мають повторювати вже опубліковані праці (без належного оформлення покликання, що кваліфікується як плагіат). За порушення вимог редакційної колегії матеріал до друку не приймається.

Видання платне. Довідки за телефоном: роб. тел.: 0(44) 239-33-66; web: <http://apultp.jimdo.com>; e-mail: apultp@ukr.net

**Department of stylistics
and language communication
of Institute of philology
of Kyiv national**

Taras Shevchenko university

plans to publish periodic
scientific edition

**"Actual issues of Ukrainian linguistics:
theory and practice" (volume 37)**

Call for papers

1. ***Manuscripts*** must meet the applicable requirements of Ministry of education and science of Ukraine and international standards:

- formulation of the problem in the context of modern philological science, correlated with actual practical tasks;
- analysis of the recent literature on the research topic;
- the definition of previously unexplored aspects of the general problem or any new lines of research;
- formulation of the purpose of article (problem);
- a statement of basic, fundamental research material with the justification of scientific results;
- conclusion of the investigation and the prospect of further scientific analysis of the problem.

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;

.....

- the citation must be proposed in square brackets, eg.: [5, p. 141], where 5 – is a number of the source in the list of references in alphabetical order, and 141 - the number of page;

- reference to the source of illustrative material should be used in parentheses, eg .: (I. Franko);

- distinction between a dash (-) and hyphens (-) and unification of the quotation marks ("");

3. Materials must be accommodated in the following sequence:

- classification index of the Universal Decimal Classification (UDC);

- surname and name of the author / authors (size 11 points, bold type);

- title of the article is typed in the middle in capital letters (size 11 points, bold type);

- annotations in Ukrainian, English and Russian languages; in each of the annotations the author must formulate the keywords (no more than ten words) (size 10 points, italic type). Abstracts submitted in a foreign language should not be a literal translation of basic annotation and should not be less than 1000 symbols (including blanks);

- information about the author / authors in Ukrainian, English and Russian languages after each of the annotation respectively (size 10 points, italic type) in the following order: first name, middle name (in full), scientific degree, academic status, post / post-graduate studies, doctoral studies; organization department (faculty / institute, department); title of the institution; e-mail;

- text of the article - in the interval after the title (size 11 points);

- lists of literature must be given after the main text of the article in alphabetical order in the rubric **LITERATURE** (size 10 points). References made in accordance with the applicable requirements of bibliographic standards. It is necessary to distinguish the scientific literature and sources. **REFERENCES MUST ALSO BE TRANSLATED AND TRANSLITERATED IN LATIN** and served in the **REFERENCES** rubric after the main list of literature. It is necessary to translate the title, which is served in italics type before the transliterated version: Chemerkin S.G *Ukrainian language in the Internet: extralinguistic, internal and structural processes*

[Ukrayinska mova v Interneti : pozamovni ta vnutrishno strukturni protsesi]. – K., 2009;

- a list of abbreviations of the sources (if any) (size 10 points) is submitted after the list of references.

The **deadline** of the receiving of the articles – **November 19th, 2018.**

The materials must be submitted to the **editorial board** in electronic and printed versions at the department of stylistics and language communication of Institute of philology of Kyiv national Taras Shevchenko university (01601 Kyiv, Shevchenko boul., 14, aud. 131, Kyiv national Taras Shevchenko university, Institute of philology, tel. +380 (44) 239-33-66; web: <http://apultp.jimdo.com>; e-mail: apultp@ukr.net).

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**, rules, and also those that are regulated by a current legislation. Editorial politics of edition is based on principles of Committee of ethics of scientific publications concerning the equality of all articles and authors for an editor-in-chief, editorial board and reviewers; confidentiality in the process of the internal and external criticizing; originality of the offered material and plagiarism. Authors bear the complete responsibility for the given to the editorial board texts of the articles, that must be properly executed, contain actuality and research novelty; must not be already somewhere printed; must not repeat the already published texts (without the proper quoting, that is characterized as plagiarism). For violation of requirements of editorial board the material will be declined and will not be published.

Кафедра стилистики и языковой коммуникации
Института филологии
Киевского национального университета
имени Тараса Шевченко
планирует публикацию периодического
сборника научных трудов
"Актуальные проблемы украинской лингвистики:
теория и практика" (выпуск № 37)

Требования к публикациям:

1. *Текст статьи* должен отвечать действующим требованиям Министерства образования и науки Украины и международным стандартам, согласно которым обязательными являются следующие элементы:

- постановка проблемы в контексте современной филологической науки, а также ее связь с актуальными практическими задачами;
- анализ последних публикаций по теме исследования;
- определение ранее не изученных аспектов общей проблемы либо новых направлений исследования;
- формулирование цели статьи (постановка задачи);
- изложение основного материала исследования с обоснованием полученных научных результатов;
- выводы исследования и перспектива дальнейшего научного изучения проблемы.

2. *Компьютерный вариант статьи* должен отвечать следующим требованиям:

- шрифт **Times New Roman**;
- если в наборе используются другие шрифты, они подаются отдельным файлом;
- поля: верхнее – 2,5 см; нижнее – 9,54 см; левое – 2,5 см; правое – 6,84 см;
- отступление от колонтитула: сверху – 2,75 см; внизу – 9 см;
- абзацное отступление – 1,25 см;
- междустрочный интервал – одинарный;

– для ссылок на источник цитирования следует использовать квадратные скобки, напр.: [5, с. 141], где 5 – номер источника в списке использованной литературы в алфавитном порядке, а 141 – номер страницы; ссылки на источник иллюстративного материала следует использовать в круглых скобках, напр.: (И. Франко);

– четко разграничивать тире (–) и дефис (-), унифицировать кавычки (" ");

– примеры из давних письменных источников набираются шрифтом **Izhitsa** с сохранением h, #, #, @, w, s, f, j, k, v. Графические варианты написания букв не передаются.

3. Материалы подавать в такой последовательности (соответственно в трех информационных блоках – украинском, английском и русском):

- классификационный индекс Универсальной десятичной классификации (УДК);

- фамилия и инициалы автора подаются слева (*размер 11 кеглей, курсив*);

- название статьи (на украинском, английском и русском языках в каждом из информационных блоков) набирается через строку по центру прописными буквами (**размер 11 кеглей, жирный шрифт**);

- аннотации на украинском, английском и русском языках; в каждой из аннотаций подаются ключевые слова (не более десяти слов) (*размер 10 кеглей, курсив*). Аннотации, представленные на иностранном языке, не должны быть дословным переводом основной аннотации и должны составлять не менее 1000 знаков (с пробелами);

- информация об авторе / авторах подается на украинском, английском и русском языках после аннотации в соответствующем информационном блоке (*размер 10 кеглей, курсив*) в такой последовательности: фамилия, имя, отчество (полностью), научная степень, ученое звание, должность / обучение в аспирантуре, докторантуре; структурное подразделение (факультет / институт, кафедра); название учебного заведения или учреждения; электронный адрес;

.....

- текст статьи – через интервал после названия (**размер 11 кеглей, межстрочный интервал – одинарный**);

- списки литературы подаются через строку после основного текста статьи в алфавитном порядке в рубрике **ЛИТЕРАТУРА (размер 10 кеглей)**. Литература оформляется в соответствии с действующими библиографическими требованиями. Необходимо различать научную литературу и источники. **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ ПЕРЕВОДИТСЯ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК И ТРАНСЛИТЕРИРУЕТСЯ ЛАТИНИЦЕЙ** и подается в рубрике **REFERENCES** после основного списка. Обязательным является перевод названия труда, которое подается курсивом перед транслитерированным вариантом: Chemerkin S.G. *Ukrainian language in the Internet : extralinguistic, internal and structural processes* [Ukrayinska mova v Interneti : pozamovni ta vnutrishno-strukturni protsesi]. – K., 2009

- список условных сокращений названий источников (при наличии) (**размер 10 кеглей**) подается после списка литературы.

Статьи принимаются до 19 ноября 2018 г. в редакционную коллегию сборника в электронном и распечатанном вариантах на кафедре стилистики и языковой коммуникации.

Публикации сборника проходят **обязательное внутреннее и внешнее рецензирование** с точки зрения актуальности, новизны, новаторской постановки проблем, четкости формулировок исследовательских задач, логичности и обоснованности выводов.

Издание **придерживается всех этических норм и правил**, а также тех, которые регламентированы действующим законодательством. Редакторская политика издания базируется на принципах Комитета по этике научных публикаций относительно равенства всех статей и авторов для главного редактора, редколлегии и рецензентов; конфиденциальности в процессе внутреннего и внешнего рецензирования; оригинальности предлагаемого материала и плагиата. Авторы несут полную ответственность за поданные в редколлегию

тексты статей, что должны быть должным образом оформлены, содержать актуальность и новизну исследования; не должны быть уже где-то напечатанными; не должны повторять уже опубликованные труды (без надлежащего оформления цитирования, что квалифицируется как плагиат). За нарушение требований редакционной коллегии материал к печати не принимается.

Издание платное. Справки по телефону: раб. тел.: +380 (44) 239-33-66; web: <http://apultp.jimdo.com>; e-mail: apultp@ukr.net.

ЗМІСТ

МЕДІЙНА ПРОБЛЕМАТИКА В МОДЕРНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Шевченко Л.І.

Модерні напрямки сучасної лінгвістики: функціональний контекст 7

Шулінова Л.В.

Інтертекстуальність у медійних текстах жанру інтерв'ю з політиками. Стаття 1 18

Дергач Д.В.

Стилістичний ресурс креолізації в сучасних мас-медіа..... 33

Левко О.В.

Маніпулятивні прийоми в українському релігійному медіадискурсі 41

Сизонов Д.Ю.

Функціонально-стилістична парадигма медійної фразеології.. 51

Плясун О.М.

Категорія “імідж” у сучасній гуманітаристиці: проблема та її наукові дискурси 63

АВТОРСЬКИЙ ПОГЛЯД НА АКТУАЛЬНІ ЛІНГВІСТИЧНІ ПИТАННЯ

Злотник-Шагіна О.О.

Лінгвостилістичні особливості полемічних текстів Іпатія Потія та Івана Вишенського в науковій інтерпретації І. Франка 78

Свищ Н.М.

Фольклорні формули українських весільних пісенних текстів 87

Індексація збірника в Міжнародних наукометричних базах даних 119

Вимоги до публікації у виданні 125

CONTENTS

MASS MEDIA ISSUES IN THE MODERN LINGUISTICS

Shevchenko L.I.	
Modern directions of contemporary linguistics: functional context	7
Shulinova L.V.	
Intertextuality in media texts of genre of interview with politics. Article 1	18
Dergach D.V.	
Stylistic resource of creolization in modern mass-media	33
Levko O.V.	
Manipulative techniques in Ukrainian religious media discourse	41
Syzonov D.Y.	
Functional and stylistic paradigm of media phraseology	51
Pliasun O.M.	
The category of image in modern humanities: the problem and its scientific discourses	63

AUTHOR'S VIEW ON CURRENT LINGUISTIC PROBLEMS

Zlotnyk-Shagina O.O.	
The language and stylistic peculiarities of polemical texts of Ipatii Potii and Ivan Vyshenskii in the scientific interpretation of I. Franko.	78
Svishch N.M.	
Folklore formulae of Ukrainian wedding songs' texts	87
Indexation of the digest in the International scientific databases	121
Call for papers	129

СОДЕРЖАНИЕ

МЕДИЙНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В МОДЕРНОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Шевченко Л.И.	
Модерные направления современной лингвистики: функциональный контекст	7
Шулинова Л.В.	
Интертекстуальность в медийных текстах жанра интервью с политиками. Статья 1	18
Дергач Д.В.	
Стилистический ресурс креолизации в современных масс- медиа	33
Левко А.В.	
Манипулятивные приемы в украинском религиозном медиадискурсе	41
Сизонов Д.Ю.	
Функционально-стилистическая парадигма медийной фразеологии	51
Плясун О.Н.	
Категория "имидж" в современной гуманитаристике: проблема и ее научные дискурсы	63

АВТОРСКИЙ ВЗГЛЯД НА АКТУАЛЬНЫЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

Злотник-Шагина О.А.	
Лингвостилистические особенности полемических текстов Ипатия Потия и Ивана Вишенского в научной интерпретации И. Франко	78
Свищ Н.М.	
Фольклорные формулы украинских свадебных песенных текстов	87
Индексация издания в Международных научометрических базах данных	123
Требования к публикации в издании	132

Наукове видання

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

Випуск XXXV

Оригінал-макет підготував Д.В. Дергач

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

Редколегія залишає за собою право скорочувати та редагувати подані матеріали.

Підписано до друку 04.07.17. Формат 60х84/16. Вид. № ФЛ 52-1. Гарнітура Times.
Папір офсетний. Друк офсетний. Наклад 300.
Ум. друк. арк. 10,23. Зам. № 214-7304

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
01601, Київ, б-р Т.Шевченка, 14, кімн. 43
(38044) 239 32 22; (38044) 239 31 72; тел./факс (38044) 239 31 28
Свідоцтво внесено до Державного реєстру ДК № 1103 від 31.10.02