

**ODESA**  
**NATIONAL UNIVERSITY**  
**HERALD**  
Volume 26 Issue 2(24) **2021**  
***SERIES***  
PHILOLOGY

**ВІСНИК**  
**ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО**  
**УНІВЕРСИТЕТУ**  
Том 26 Випуск 2(24) **2021**  
***СЕРІЯ***  
ФІЛОЛОГІЯ

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
ODESA I. I. MECHNIKOV NATIONAL UNIVERSITY

ODESA NATIONAL  
UNIVERSITY  
HERALD

*Series: Philology*

Scientific journal

Published 2 a year

Series founded in July, 2006

**Volume 26, Issue 2(24) 2021**

Odesa  
ONU  
2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ П.І. МЕЧНИКОВА

ВІСНИК  
ОДЕСЬКОГО  
НАЦІОНАЛЬНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ

*Серія: Філологія*

Науковий журнал

Виходить 2 рази на рік

Серія заснована у липні 2006 р.

**Том 26, випуск 2(24) 2021**

Одеса  
ОНУ  
2021

**Засновник та видавець:** Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

**Редакційна рада:**

В.І. Труба, д-р юрид. наук (головний редактор), В.О. Іваниця, д-р біол. наук. (заступник головного редактора), С.М. Андрієвський, д-р фіз.-мат. наук, Ю.Ф. Ваксман, д-р фіз.-мат. наук, В.В. Глебов, канд. іст. наук, Л.М. Голубенко, канд. філол. наук, Л.М. Дунаєва, д-р політ. наук, В.В. Заморов, канд. біол. наук, О.В. Запорожченко, канд. біол. наук, О.А. Іванова, д-р наук із соц. комунікацій, Ю.А. Ніцук, докт. фіз.-мат. наук, В.Г. Кушнір, д-р іст. наук, В.В. Менчук, канд. хім. наук, М.О. Подрезова, директор Наукової бібліотеки, Л.М. Токарчук, докт. юрид. наук, В.М. Хмарський, д-р іст. наук, В.В. Яворська, д-р географ. наук, Н.В. Кондратенко, д-р філол. наук.

**Редакційна колегія журналу:**

Н.В. Кондратенко, докт. філол. наук, проф. (науковий редактор); О.А. Войцева, докт. філол. наук, проф.; С.Г. Воркачов, докт. філол. н, професор (Росія); Є.В. Джиджора, докт. філол. наук; Т.Ю. Ковалевська, д. філол. наук, проф.; Н.В. Кутуза, д-р філол. наук, проф.; Н.П. Малютіна, д-р філол. наук, проф. (Польща); А. Маслова, д.філол. н., проф. (Білорусь); В.Б. Мусій, д-р філол. наук, проф.; А.П. Романченко, д. філол. наук, Є.М. Степанов, д. філол. наук, проф.; Т.М. Шевченко, д-р філол. наук, проф.; О.В. Яковлева, д.філол. н., проф.; Г.С. Яроцька, д. філол. наук.

**Відповідальні за випуск** – докт. філол. наук, проф. Н.В. Кондратенко, доктор філософії О.О. Бойко

**Рецензенти:** докт. філол. н., професор *Л.М. Марчук* (Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка); докт. філол. н., професор *С.Т. Шабат-Савка* (Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича)

**Editorial council:**

V.I. Truba, DrSc (Jurisprudence) (Editor-in-Chief), V. O. Ivanytsia, DrSc (Biology) (Deputy Editor-in-Chief), S. M. Andriievskiy, DrSc (Physico-mathematical Sciences), Yu. F. Vaksman, DrSc (Physico-mathematical Sciences), V. V. Hliebov, CandSc (History), L. M. Holubenko, CandSc (Philology), L. M. Dunaieva, DrSc (Political Science), V. V. Zamorov, CandSc (Biology), O. V. Zaporozhchenko, CandSc (Biology), O. A. Ivanova, DrSc (Social Communications), Yu. A. Nitsuk, DrSc (Physico-mathematical Sciences), V. G. Kushnir, DrSc (History), V. V. Menchuk, CandSc (Chemistry), M. O. Podrezova, Director of the Scientific Library, L. M. Tokarchuk, DrSc (Jurisprudence), V. M. Khmarskyi, DrSc (History), V. V. Yavorska, DrSc (Geological Sciences), N. V. Kondratenko, DrSc (Philology).

**Editorial board of the journal:**

N. V. Kondratenko, DrSc (Philology) (Scientific editor); O. A. Voytseva, DrSc (Philology), S. G. Vorkachov, DrSc (Russia), Ye. V. Dzhydzhora, DrSc (Philology); T. Yu. Kovalevska, DrSc (Philology), N. V. Kutuza, DrSc (Philology), N. V. Maliutina, DrSc (Poland), Prof. V. A. Maslova (Bylorus), V. B. Musiy, DrSc (Philology), A. P. Romanchenko, DrSc (Philology), Ye. M. Stepanov, DrSc (Philology), T. M. Shevchenko, DrSc (Philology), O. V. Yakovlieva, DrSc (Philology), G. S. Yarotska, DrSc (Philology).

**Responsible for the issue** – N. V. Kondratenko, DrSc (Philology); O. O. Boiko, PhD (Philology).

**Reviewer** – L. M. Marchuk, DrSc (Philology), S. T. Shabat-Savka, DrSc (Philology).

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:  
серія КВ № 11458–331Р від 07.07.2006 р.

Затверджено до друку вченою радою

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Протокол № 6 від 18 січня 2022 р.

Бази реферування та індексування журналу: **Index Copernicus** ICV 76, 48;  
наукова міжнародна база даних **Slavic Humanities Index**

© Одеський національний університет  
імені І. І. Мечникова, 2019

## ЗМІСТ

<b>Бахчиванжи А. В.</b> ТИПИ МОВЛЕННЄВИХ АКТИВ ЗАКОНОДАВЧОГО ЮРИДИЧНОГО ДИСКУРСУ .....	7
<b>Бойко О. О.</b> КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АЛЮЗІЇ В ТЕКСТОТВОРЕННІ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО ТА РОСІЙСЬКОМОВНОГО ФЕНТЕЗІ.....	17
<b>Завальська Л. В.</b> КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ПРЕЗИДЕНТСЬКОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ В. ЗЕЛЕНСЬКОГО).....	30
<b>Кіщенко А. М.</b> ВСТАВЛЕНІ СИНТАКСИЧНІ КОНСТРУКЦІЇ ЯК РЕПРЕЗЕНТАНТИ КАТЕГОРІЇ АДРЕСАНТНОСТІ В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ .....	40
<b>Кондратенко Н. В., Оніщенко О. О.</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ СЕМАНТИКИ ЛЕКСЕМИ «ВОЛОНТЕР» У МЕДІЙНОМУ І МЕРЕЖЕВОМУ ДИСКУРСАХ .....	46
<b>Кондратенко Н. В., Степанюк М. М.</b> ОСОБЛИВОСТІ АНОНСУ ЯК МОВЛЕННЄВОГО ЖАНРУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ .....	54
<b>Малишева М. Г.</b> РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ «АГРЕСІЯ» .....	68
<b>Нерян С. О.</b> КОНФЛІКТ І КООПЕРАЦІЯ В АРГУМЕНТАТИВНОМУ МЕРЕЖЕВОМУ ДИСКУРСІ .....	78
<b>Семененко О. Ю., Верзілова Л. Ф.</b> ВЕРБАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАКЛИНАНЬ У РОМАНАХ ДЖ. РОУЛІНГ ПРО ГАРРІ ПОТТЕРА: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ .....	87
<b>Стрій Л. І.</b> ФУНКЦІЇ ІНАВГУРАЦІЙНОЇ ПРОМОВИ В УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ .....	97
<b>Хрустик Н. М., Петрова С. А., Серкал Т. С.</b> ПОЗИВНІ УКРАЇНСЬКИХ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ: МОТИВИ НОМІНАЦІЇ .....	104
<b>Швелідзе Л. Д.</b> СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА TWITTER: ОСНОВНІ ДИСКУРСИВНІ ОЗНАКИ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ ТА АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ .....	115

## CONTENTS

<b>Bakhchivanzhi A. V.</b> TYPES OF SPEECH ACTS OF LEGISLATIVE LEGAL DISCOURSE .....	7
<b>Boiko O. O.</b> CULTURAL ALLUSIONS IN TEXT CREATION OF UKRAINIAN AND RUSSIAN FANTASY .....	17
<b>Zavalska L. V.</b> COMMUNICATIVE STRATEGIES OF PRESIDENTIAL DISCOURSE (BASED ON SPEECHES BY V. ZELENSKY) .....	30
<b>Kishchenko A. M.</b> INSERTED SYNTACTIC CONSTRUCTIONS AS REPRESENTATIVES OF THE CATEGORY OF ADDRESSABILITY IN ARTISTIC DISCOURSE .....	40
<b>Kondratenko N. V., Onishchenko O. O.</b> TRANSFORMATION OF SEMANTICS OF THE TOKEN «VOLUNTEER» IN MEDIADISCOURS AND NETWORK-DISCOURS .....	46
<b>Kondratenko N. V., Stepanyuk M. M.</b> FEATURES OF THE ANNOUNCEMENT AS A SPEECH GENRE OF INTERNET DISCOURSE .....	54
<b>Malysheva M. G.</b> THE REPRESENTATION OF THE SEMANTIC FIELD «AGGRESSION» .....	68
<b>Neryan S. O.</b> CONFLICT AND COOPERATION IN ARGUMENTATIVE NETWORK DISCOURSE .....	78
<b>Semenenko O. Y., Verzilova L. F.</b> VERBAL FEATURES OF SPELLS IN J. ROWLING'S NOVELS ABOUT HARRY POTTER: TRANSLATION ASPECT .....	87
<b>Striy L. I.</b> FUNCTIONS OF INAUGURAL SPEECH IN UKRAINIAN POLITICAL DISCOURSE .....	97
<b>Khrustyk N. M., Petrova S. A., Serkal T. S.</b> CALLS FOR UKRAINIAN MILITARY SERVANTS: REASONS FOR NOMINATION .....	104
<b>Shvelidze L. D.</b> TWITTER SOCIAL NETWORK: MAIN DISCURSIVE FEATURES IN UKRAINIAN- SPEAKING AND ENGLISH-SPEAKING COMMUNICATIVE ENVIRONMENT .....	115

**А. В. Бахчиванжи**

кандидат філологічних наук,  
старший викладач кафедри мовної підготовки  
Одеської державної академії будівництва та архітектури  
[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251803](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251803)

**ТИПИ МОВЛЕННЄВИХ ЖАНРІВ ЗАКОНОДАВЧОГО  
ЮРИДИЧНОГО ДИСКУРСУ**

*Статтю присвячено виокремленню законодавчого дискурсу поміж іншими типами юридичного дискурсу. Схарактеризовано специфіку мовця та адресата в законодавчому дискурсі, визначено його комунікативну мету. Представлено типологію мовленнєвих жанрів законодавчого дискурсу в українській юридичній комунікації. Проаналізовано мовленнєві такі жанри, як закон, конституція, указ, кодекс і підзаконний акт. Критеріями для типології було обрано лінгвопрагматичні параметри – комунікативну інтенцію та комунікативні позиції мовця та адресата. Схарактеризовано основні мовленнєві акти законодавчого дискурсу та його мовні особливості.*

**Ключові слова:** юридичний дискурс, законодавчий дискурс, мовленнєвий жанр, інтенція.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Лінгвопрагматичні дослідження дискурсів різних типів належать до актуальних мовознавчих досліджень, оскільки передбачають вивчення інтерактивної взаємодії часників спілкування. Одним із завдань лінгвопрагматичного вивчення є аналіз мовленнєвих жанрів, зокрема в інституційній комунікації. Серед таких інституційних дискурсів особливе місце належить юридичному – через його багатовимірність і полідискурсивність, тому що в межах юридичного дискурсу представлені і судовий, і законодавчий, і адміністративно-діловий різновиди. Законодавчий дискурс, що має переважно письмову форму, меншою мірою проаналізовано саме в лінгвопрагматичному аспекті, тому наша стаття скерована на актуалізацію жанрових проблем законодавчого дискурсу.

**Ступінь дослідження проблеми в лінгвістиці.** Дослідження юридичного дискурсу в українському мовознавстві мають певну тяглість: це насамперед наукова школа Ю. Прадіда та праці Н. Артикуци, М. Вербенец, О. Горошко, С. Дорди, О. Доценко, Н. Карпчук, Н. Коваль, Н. Кравченко, І. Царьової та ін. Ґрунтовно вивчено юридичну термінологію, способи її утворення, тематичні групи юридичної лексики. Серед окремих виявів юридичного дискурсу значною мірою досліджено судовий дискурс і мовностилістичні особливості законодавчого і офіційно-ділового дискурсів. Проте лінгвопрагматичні параметри законодавчого дискурсу ще не ставали предметом окремого дослідження.

**Метою** нашої статті є визначення сутнісних ознак законодавчого дискурсу як різновиду юридичного дискурсу та створення типології мовленнєвих жанрів українського законодавчого дискурсу.

**Об'єктом** дослідження український законодавчий дискурс, а **предметом** – мовленнєві жанри законодавчого дискурсу.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Законодавчий дискурс (далі – ЗД) як різновид юридичного дискурсу (далі – ЮД) має певні особливості на мовному рівні. При цьому ЮД та ЗД часто ототожнюються, маючи на увазі пріоритетну реалізацію ЮД саме в законодавчих документах. У межах традиційної лінгвістики тексти законодавчих документів розглядали в аспекті лінгвостилістичного наповнення, зокрема лексико-граматичних особливостей. Цей підхід має місце і в сучасному мовознавстві, він передбачає вивчення юридичної термінології та стандартизованості законодавчого мовлення та є цілком виправданим: юридична термінологія становить невід'ємний компонент законодавчих текстів. Кожний закон України містить першу термінологічну частину, де потрактовано основні поняття, представлені в законодавчому акті, напр.: ... **передача (телерадіопередача)** – змістовно завершена частина програми (телерадіопрограми), яка має відповідну назву, обсяг трансляції, авторський знак, може бути використана незалежно від інших частин програми і розглядається як цілісний інформаційний продукт (Закон України про телебачення і радіомовлення); ... **виноматеріали виноградні** – виноматеріали, отримані шляхом первинної переробки винограду, призначені для виробництва вин виноградних та іншої виноробної продукції (Закон України про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів). Наступні розділи законів спираються на зазначені терміни й містять перелік правових норм, що регулюють відповідну діяльність в правовому полі.

Але обґрунтування комунікативно-дискурсивного підходу зумовлює актуалізацію таких параметрів ЗД, як жанрова своєрідність, комунікативні позиції мовця та адресата, стратегії і тактики взаємодії комунікантів. З цього погляду ЗД має виражену комунікативну інтенцію, оскільки скерований на «досягнення законотворчої поведінки адресатів» [3, с. 40]. Звідси й мовна специфіка ЗД, що детермінована не лише вимогами до офіційно-ділового стилю, а й лінгвопрагматичними чинниками, що беруть участь у творенні ЗД. Експліцитне вираження комунікативної інтенції фіксуємо в указах та кодексах, напр.: У зв'язку із запровадженням Європейським Союзом безвізового режиму для громадян України, що свідчить про значний поступ у процесі європейської інтеграції України, з метою забезпечення належних умов для ефективного та в повному обсязі використання громадянами України можливостей та переваг безвізового режиму **постановляю**: 1. Кабінету Міністрів України: 1) невідкладно разом із обласними, Київською міською державними адміністраціями **вжити** в установленому порядку **заходів** щодо: а) забезпечення належної організації оформлення та видачі документів, що дають право громадянину України на виїзд за кордон та містять безконтактний електронний носій (...) (Указ Президента України № 146/2017 від 26.05.2017).



Перформативний характер законодавчих текстів експліковано перформативними мовленнєвими актами (далі – *МА*), що переважно представлені директивами (напр.: *постановляю, наказую, вимагаю* тощо). Аналіз ЗД з комунікативного погляду уможлиблює його розгляд «в тріаді комунікативного акту «автор–текст–адресат», що дає можливість виділити три види прагматичних відносин, пов'язаних: а) із фактором суб'єкта, автором тексту, його соціальним статусом; б) із текстом – змістовною стороною тексту; в) із фактором адресата – врахуванням соціальних даних, пресупозицією адресата» [5, с. 34]. Щодо чинника мовця визначальними параметрами є обрані мовленнєві стратегії вербальної поведінки, комунікативна інтенція та відповідні комунікативні ролі (далі – *КР*), щодо чинника адресата – розпізнавання комунікативної інтенції мовця та симетричні *КР*, щодо власне тексту – його ілокутивний та перлокутивний параметри. Лінгвопрагматичний потенціал ЗД відзначає й А. Телешев, який наголошує на прагматичній скерованості на адресата з «використанням засобів вираження з найменшим ступенем експресивності, прагненням стислості, однозначності і точності значень мовленнєвих конструкцій» [6, с. 17]. Звідси потужний вплив ЗД, незважаючи на його регламентованість і чіткість, напр.: *Організація групових дій, що призвели до грубого порушення громадського порядку або суттєвого порушення роботи транспорту, підприємства, установи чи організації, а також активна участь у таких діях – караються штрафом до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або арештом на строк до шести місяців* (Кримінальний кодекс України). Поєднання констативів з перформативами надають ЗД директивного характеру, перетворюють його з переліку правил і норм поведінки на чіткі приписи, невиконання яких тягне за собою відповідальність.

Комунікативно-дискурсивний підхід до аналізу ЗД, як було зазначено вище, актуалізує роль мовця та адресата, проте вивчення мовленнєвої взаємодії в цьому разі має певні проблеми. Мовець має узагальнений характер та уявляється як умовний державотвірний суб'єкт, абстрактна сила, яку уособлює влада в країні. На цю особливість ЗД указує і Н. Карпчук: «Мова інституційних дискурсів використовується як засіб жорсткого соціального контролю з боку влади, яка охоплює процеси домінування, контролю та управління. У термінах критичного аналізу дискурсу законодавчий дискурс – дискурс влади, де влада та домінантність збігаються [3, с. 40]. Однак поняття влади є неконкретним щодо активного суб'єкта – мовця ЗД, більше того цей суб'єкт мовлення має узагальнювальний характер, тому що ЗД – це результат роботи групи авторів, «колективним продуктом: основна робота над законом проходить у парламентських комісіях, крім того, законодавцю часто допомагають експерти і, нарешті, парламентські фракції, виходячи з певних засад, по-різному наповнюють пропозиційний зміст і змінюють терміни й висловлення, отже, діє чинник методики розробки» [5, с. 34].

Незважаючи на те, що будь-який законодавчий акт має реальних авторів (автора), він представлений як продукт законотворчості держави, а вказівки на авторство відсутні. До того, як законодавчий текст стане законом або указом, він проходить кілька стадій опрацювань та затверджень, а його реальні автори невідомі (депутати, які представляють законодавчий текст, якщо і беруть участь у його підготовці, але не є авторами з огляду на об'єктивні причини: обмеження в часі та відсутність фахової підготовки). Так, славнозвісно відомий «Закон про засади державної мовної політики» більше відомий як «Закон Ківалова–Колесніченка» за прізвищами народних депутатів, які внесли його до обговорення у Верховну Раду та активно підтримували, напр.: *Державна мовна політика в Україні має своїм завданням регулювання суспільних відносин у сфері всебічного розвитку і вживання української як державної, регіональних мов або мов меншин та інших мов, якими користується населення країни в державному, економічному, політичному і громадському житті, міжособовому та міжнародному спілкуванні, охорону конституційних прав громадян у цій сфері, виховання шанобливого ставлення до національної гідності людини, її мови і культури, зміцнення єдності українського суспільства* (Закон про засади державної мовної політики, ст. 2).

Адресат ЗД має масовий характер, тому фахові тексти повинні бути зрозумілими й пересічного реципієнту, однак на практиці для потрактування законодавчих актів необхідно звертатися до фахівців-юристів. Незважаючи на це, саме законодавчий різновид є основним репрезентантом ЮД. На думку А. Телешева, ЗД є базовим для ЮД, оскільки «в його межах здійснюються створення засадничих норм права, зважаючи на що інші різновиди юридичного дискурсу залежать від законодавчого, тому що використовують створені в його межах норми» [6, с. 5].

Для ЮД також доцільно розглядати мовленнєві жанри в межах кожного з конкретних виявів дискурсу, тому пропонуємо кваліфікувати окремо жанри ЗД. Зважаючи на те, що ЗД, як і будь-який інший тип дискурсивної діяльності, регулює всі типи відношень – політичні, економічні, соціальні тощо, що разом «виражають тематичну структуру єдиного інституційного простору» [1, с. 7], це зумовлює жанрове розмаїття законодавчих текстів. М. Батюшкіна зазначає, що жанротвірним параметром для ЗД є функційний, оскільки «процеси створення та застосування законодавчих текстів зумовлені надзавданням закону – регуляцією поведінки суб'єктів юридичного дискурсу за рахунок встановлення певних типів комунікативних поведінкових настанов» [1, с. 6]. Проте ЗД представлений комплексом жанрів, що відрізняються за метою, чинником мовця та характером подання інформації.

Мета жанрів ЗД зумовлена функційним навантаженням, що охоплює інформаційну функцію (подання юридичної інформації); регулятивну функцію (регуляція сфери правових відносин у суспільстві); директивну (передавання волевиявлення); конструювальну (конструювання ЮД, способів його інтерпретації

і трансформації); впливову (маніпулювання зі свідомістю адресата з метою вибору типу поведінки) [1, с. 7]. Через те, що ЗД одночасно є і джерелом права, і втіленням права, ці функції часто об'єднано: так, напр., під час інавгурації Президента України виголошують присягу, закріплену в Конституції: *Я, (ім'я та прізвище), волею народу обраний Президентом України, заступаючи на цей високий пост, урочисто присягаю на вірність Україні. Зобов'язуюсь усіма своїми справами боронити суверенітет і незалежність України, дбати про благо Вітчизни і добробут Українського народу, обстоювати права і свободи громадян, додержуватися Конституції України і законів України, виконувати свої обов'язки в інтересах усіх співвітчизників, підносити авторитет України у світі* (Конституція України, ст. 104). Цей законодавчий текст одночасно виконує функцію волевиявлення, директивну функцію та впливову, оскільки законодавчо закріплюється право бути Президентом України (до виголошення присяги президентська каденція не набуває чинності), виголошуються правові засади інституту президентства, закріплюються обов'язки президента та актом виголошення утверджується зміна політичної влади в країні.

Основним мовленнєвим жанром ЗД фахівці вважають закон або законодавчий акт, розуміючи це поняття дуже широко, як «вербально виражений набір правил або норм поведінки, що регулюють особливі суспільні відносини між індивідами та їх об'єднаннями» [4, с. 9]. За такими параметрами до законів можна уналежнити всі жанрові вияви ЗД, оскільки вони містять норми і правила поведінки особистості. Однак законодавчі акти мають певну специфіку залежно від функції та змісту, тому необхідно розробити класифікацію, яка б охоплювала всі наявні в українському ЗД різновиди. Так, О. Крапивкіна, досліджуючи законодавчо-адміністративний дискурс виокремлює такі жанри: закон, конституція та указ [4, с. 10], проте ми вважаємо, що українські законодавчі тексти мають більше жанрових різновидів.

Юристи поділяють законодавчі акти на закони та підзаконні акти, при цьому термін «закон» вживають у широкому значенні, визначаючи його як різновид нормативно-правового акту, що має юридичну силу та регулює соціальні відносини [2]. Специфікою законів є те, що вони приймаються Верховною Радою (або на референдумі), а порядок підготовки та прийняття також законодавчо визначений. При цьому до законів уналежнюють Конституцію України (як вищий закон держави), конституційні закони, поточні законодавчі акти тощо. Підзаконні акти конкретизують та уточнюють закони, тому ґрунтуються на відповідних законодавчих актах. Ознаки, на які спираються правники під час класифікації законодавчих актів (суб'єкти законотворчості, термін дії законів, предмет правового регулювання, структура і сфера дії), не відповідають лінгвістичним параметрам мовленнєвих жанрів ЗД, тому ми пропонуємо брати за основу мовні критерії виокремлення жанрів ЗД.

Розглянемо основні мовленнєві жанри ЗД.

**Закон** – основний жанр ЗД, комунікативна інтенція якого – «сформувати певні моделі правомірної поведінки в невизначеного кола адресатів, тобто закон передбачає пристосування світу до слів (дій адресата до пропозиційного змісту закону)» [4, с. 10]. Закон є основним засобом регулювання правових відносин у державі, тому стосується всіх основних сфер діяльності людини – освіти, культури, праці, охорони довкілля тощо, напр.: *У разі виявлення державним службовцем під час його службової діяльності або поза її межами фактів порушення вимог цього Закону з боку державних органів, їх посадових осіб він зобов'язаний звернутися для забезпечення законності до центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері державної служби* (Закон України «Про державну службу», с. 8). Закони містять норми та правила, обов'язкові для загального виконання. Їх приймає Верховна Рада України, підписує Президент, після опублікування закони набувають чинності. На мовному рівні закон написаний офіційно-діловим стилем, його лінгвопрагматична специфіка має директивний характер: закони спонукають до виконання певних дій, напр.: *Розміщення реклами на транспорті повинно відповідати вимогам безпеки та правил дорожнього руху* (Закон України «Про рекламу», ст. 9) або забороняють їх виконання, напр.: *Прихована реклама забороняється* (Закон України «Про рекламу», ст. 9). Текст має узагальнений стандартизований характер, насичений безособовими дієслівними формами та переліками норм і правил соціальної поведінки.

**Конституція** мовленнєвий жанр ЗД, що є основним законом України, проте через його глобальний та всеохопний характер, виокремлений як специфічний жанровий різновид. Конституція не є звичайним законодавчим актом, вона не підлягає постійним змінам та уточненням, як закони; вона діє за будь-яких обставин та є підґрунтям для звичайних законів. Конституція – основний закон держави, що містить «керівні принципи, відповідно до яких здійснюється керування державою, що виражає волю та інтереси її народу» [4, с. 10], напр.: *Держава сприяє консолідації та розвитку української нації, її історичної свідомості, традицій і культури, а також розвитку етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності всіх корінних народів і національних меншин України* (Конституція України, ст. 11). Норми, наявні в Конституції, стосуються загальних питань права та відносин між державою і громадянами, права та свободи громадян, форму державного правління тощо. З лінгвопрагматичних позицій мовленнєві акти в Конституції України не директивні, на відміну від законів, а декларативні: норми, цінності та пріоритети держави оголошено, але немає механізмів їх реалізації (для цього існують закони), напр.: *Кожна людина має невід'ємне право на життя. Ніхто не може бути свавільно позбавлений життя. Обов'язок держави – захищати життя людини. Кожен має право захищати своє життя і здоров'я, життя і здоров'я інших людей від протиправних посягань* (Конституція України, ст. 27). Також на відміну від законів конституція має комплексний характер: «це і правовий акт з характерними функціями в юридичній сфері, і політичний документ, який має

соціально-політичний зміст, який прямо чи опосередковано впливає на всю політичну систему країни, і ідеологічний текст, оскільки походить від ідеології і цінностей суспільства» [4, с. 10]. Норми, представлені в конституції, мають аксіологічний характер, вони регулюють не лише правове життя, а й соціальне та культурне. Насамперед ідеться про ідеологічні компоненти норм у конституції, тому що саме вони є підґрунтям для розроблення правових відносин.

**Указ** – законодавчий акт, що виголошується та видається від імені голови держави (Президента України). Юристи вважають укази і розпорядження «результатом правотворчої діяльності Президента України підзаконного характеру, обов’язкові для виконання на всій території України, що приймаються у межах президентських повноважень, передбачених конституцією та конституційними законами і при цьому не повинні суперечити Конституції України та законам України» [2, с. 76]. Укази так само мають законодавчий статус і є втіленням правової діяльності президента, вони скеровані на ті юридичні проблеми, що не охоплені законами, напр.: *Відповідно до пункту 18 частини першої статті 106 Конституції України та Закону України «Про Раду національної безпеки і оборони України» постановляю: 1. Затвердити структуру Апарату Ради національної безпеки і оборони України (додається). 2. Визнати такою, що втратила чинність, статтю 1 Указу Президента України від 25 квітня 2016 року № 171 «Питання Апарату Ради національної безпеки і оборони України». 3. Секретареві Ради національної безпеки і оборони України забезпечити приведення штатного розпису Апарату Ради національної безпеки і оборони України у відповідність із цим Указом. 4. Цей Указ набирає чинності з дня його опублікування* (Указ Президента України № 109/2017 від 14.04.2017). Укази мають чітко регламентацію на рівні структури: вони складаються з кількох частин розпорядчого типу, при цьому указ містить посилання на законодавчі акти (закони) та представляє директиви першої особи держави, що є правовими нормами. На відміну від узагальнених законів з масовою адресацією, укази певною мірою мають конкретних адресатів, які повинні виконати відповідні вимоги. У наведеному прикладі – це секретар Ради нацбезпеки і оборони України. Структурування указів передбачає також зазначення набуття чинності та підпис голови держави.

Розпорядження Президента України мають конкретний характер на відміну від указів, але з мовного боку не відрізняються. Вони стосуються менш важливих поточних чи процедурних питань, напр.: *Призначити Левчука Володимира Володимировича головою Овідіопольської районної державної адміністрації Одеської області з 21 квітня 2017 року зі строком випробування один місяць та оплатою праці відповідно до законодавства* (Розпорядження Президента України № 85/2017-рп від 20.04.2017). Перформативність указів і розпоряджень є експліцитною, що підкреслено використанням мовленнєвих актів директивного типу з перформативними дієсловами *постановляю, наказую* тощо, напр.: *Відповідно до статті 107 Конституції України постановляю: увести в дію рішення Ради національної безпеки і оборони України від 13 ве-*



ресня 2016 року «Про пропозиції до проекту Закону України «Про Державний бюджет України на 2017 рік» по статтях, пов'язаних із забезпеченням національної безпеки і оборони України» (Указ Президента України № 404/2016 від 16.09.2016). Функційно укази мають теж навантаження, що і закони, але є не підґрунтям правової системи, а конкретним завданням, що потрібно виконати в межах закону.

**Кодекс** є різновидом законодавчого акту, що регулює конкретну сферу суспільних відносин, тобто це комплекс норм права в конкретній галузі діяльності людини. При цьому кодекси містять як норми, обов'язкові до виконання громадянами, так і правові наслідки, що наступають у разі порушення зазначених норм права. Зважаючи на це, кодекси складаються із загальної та особливої частин: загальна містить фундаментальні положення узагальненого типу, напр.: *Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства, установи, організації і максимальним розміром не обмежується* (Кодекс законів про працю України, ст. 94), а особлива – конкретні права та обов'язки громадян і перелік покарань за порушення положень кодексу, напр.: *Жорстоке поводження з військовополоненими або цивільним населенням, вигнання цивільного населення для примусових робіт, розграбування національних цінностей на окупованій території, застосування засобів ведення війни, заборонених міжнародним правом, інші порушення законів та звичаїв війни, що передбачені міжнародними договорами, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, а також віддання наказу про вчинення таких дій – караються позбавленням волі на строк від восьми до дванадцяти років* (Кримінальний кодекс України, ст. 438).

На мовному рівні кодекси майже ідентичні законам: переважають стверджувальні і заперечні констатувальні мовленнєві акти з дієслівними формами теперішнього часу. У загальній частині на початку кожного кодексу (як і кожного закону) подаються визначення основних термінів, наявних у законодавчому акті, напр.: *митний режим – комплекс взаємопов'язаних правових норм, що відповідно до заявленої мети переміщення товарів через митний кордон України визначають митну процедуру щодо цих товарів, їх правовий статус, умови оподаткування і обумовлюють їх використання після митного оформлення* (Митний кодекс України, ст. 4). У цій частині переважають двоскладні прості речення, у яких підмети і присудки виражені іменниками, що перебувають у родо-видових відношеннях, оскільки за логічними характеристиками вони є дефініціями. У загальній частині, крім дієслівних форм теперішнього часу, представлені й односкладні речення безособового типу, напр.: *Забороняється застосування праці жінок на важких роботах і на роботах із шкідливими або небезпечними умовами праці, а також на підземних роботах, крім деяких підземних робіт (нефізичних робіт або робіт по санітарному та побутовому обслуговуванню)* (Кодекс законів про працю України, ст. 174).

Також мовною особливістю законодавчих текстів є наявність модальних конструкцій із значенням можливості / неможливості / необхідності, напр.: *До проведення перевірки відповідності зовнішньоекономічної діяльності кандидата на отримання статусу уповноваженого економічного оператора стандартам безпеки можуть залучатися фахівці та експерти галузевих міністерств та інших центральних органів виконавчої влади за погодженням їх керівників та керівника центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну податкову і митну політику* (Митний кодекс України, ст. 13); *Строк випробування при прийнятті на роботу робітників не може перевищувати одного місяця* (Кодекс законів про працю України, ст. 27); *Наймач зобов'язаний своєчасно вносити квартирну плату та плату за комунальні послуги* (Житловий кодекс України, ст. 68). В Україні 22 кодекси, що регулюють такі сфери життя, як працю, податки, виборчий процес, адміністрування, кримінальний процес тощо. Особлива частина кодексів містить визначення покарання за порушення норм і правил, тому кодекси активно використовуються в суді, напр.: *Використання засобів зв'язку з метою, що суперечить інтересам держави, з метою порушення громадського порядку та посягання на честь і гідність громадян – тягне за собою накладення штрафу в розмірі від п'ятдесяти до ста п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян* (Кодекс України про адміністративні правопорушення, ст. 148). За мовними ознаками кодекси подібні до законів, проте послуговуються ширшим спектром мовленнєвих актів, що здебільшого мають директивний характер.

**Підзаконні акти** є вторинними щодо законів та охоплюють галузеві та локальні законодавчі тексти, що за жанровими характеристиками належать до постанов, розпоряджень, інструкцій, наказів тощо. Вони регулюють правову діяльність конкретних установ і сфер діяльності, тому на мовному рівні не мають особливостей порівняно з основними законодавчими актами, напр.: *Кабінет Міністрів України постановляє: 1. Затвердити Положення про Національний репозитарій академічних текстів, що додається. 2. Міністерству освіти і науки розробити та затвердити регламент роботи Національного репозитарію академічних текстів відповідно до Положення, затвердженого цією постановою* (Постанова Кабінету Міністрів України № 541 від 19.07.2017). Залежно від типу тексту він має ознаки або законів, або указів, проте специфічних рис, зумовлених другорядним характером правових норм, ми не спостерігаємо.

**Висновки дослідження.** ЗД є різновидом ЮД, його специфікою на лінгвопрагматичному рівні є актуалізація ролей мовця та адресата. Мовець має анонімний та узагальнювальний характер й охоплює колективного суб'єкта, що виступає від імені державної влади. Адресат є масовим, тому потребує додаткового посередника-фахівця. Вербальний вплив у ЗД здійснюється через поєднання констативів із директивами з вираженим перформативним характером висловлень. Основними жанрами ЗД є закон, конституція, указ, кодекс і підзаконний акт, що відрізняються функціями, характером використаних мовленнєвих актів і регулятивними механізмами.

## Література

1. Батюшкина, М. В. (2017). Жанрообразующие параметры законодательных текстов. *Вестник Томского государственного университета*, 416, 5–12.
2. Зайчук, О. В. & Онищенко, Н. М. (2006). *Теорія держави і права* (академічний курс). Юрінком Інтер.
3. Карпчук, Н. П. (2006). *Адресованість в офіційному та неофіційному англомовному дискурсі (комунікативно-прагматичний аналіз)* (монографія). РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки.
4. Крапивкина, О. А. (2013). К вопросу о жанрах законодательно-административного дискурса. *Современная наука. Актуальные проблемы теории и практики. Серия Гуманитарные науки*, 9–10.
5. Круковский, В. І., Турчанінова, В. Є. & Круківська, О. В. (2016). Мовна стратегія деперсоналізації законодавчого дискурсу законодавцем. *Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ*, 33–39.
6. Телешев, А. А. (2004). *Лингвопрагматические особенности французского законодательного дискурса* [Автореферат дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук].

## References

1. Batiushkina, M. V. (2017). Genre-forming Parameters of Legislative Texts [Zhanroobrazuiushchie parametry zakonodatelnykh tekstov]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 416, 5–12.
2. Zaichuk, O. V. & Onyshchenko, N. M. (2006). *Theory of State and Law* [Teoriia derzhavy i prava] (akademichnyi kurs). Yurinkom Inter.
3. Karpchuk, N. P. (2006). *Addressability in Formal and Informal English Discourse (communicative-pragmatic analysis)* [Adresovanist v ofitsiinomu ta neofitsiinomu anhlomovnomu dyskursi (komunikatyvno-prahmatychnyi analiz)] (monohrafiia). RVV «Vezha» Volyn. derzh. un-tu im. Lesi Ukrainky.
4. Kravivkina, O. A. (2013). On the Issue of Genres of Legislative and Administrative Discourse [K voprosu o zhanrakh zakonodatelno-administrativnogo diskursa]. *Sovremennaiia nauka. Aktualnye problemy teorii i praktiki. Seriiia Gumanitarnye nauki*, 9–10.
5. Krukovskiy, V. I., Turchaninova, V. Ie. & Kruktivska, O. V. (2016). Language Strategy of Depersonalization of Legislative Discourse by the Legislator [Movna stratehiia depersonalizatsii zakonodavchoho diskursu zakonodavtsem]. *Stratehii mizhkulturnoi komunikatsii v movnii osviti suchasnoho VNZ*, 33–39.
6. Teleshev, A. A. (2004). *Linguistic and Pragmatic Features of the French Legislative Discourse* [Lingvopragmaticheskie osobennosti frantsuzskogo zakonodatelnogo diskursa] [Avtoreferat diss. na soiskanie uchen. stepeni kand. filol. nauk].

**Bakhchivanzhi A. V.**

## TYPES OF SPEECH ACTS OF LEGISLATIVE LEGAL DISCOURSE

*The article is devoted to the separation of legislative discourse among other types of legal discourse. The specifics of the speaker and the addressee in the legislative discourse are characterized, its communicative purpose is determined. The typology of speech genres of legislative discourse in Ukrainian legal communication is presented. Speech genres such as law, constitution, decree, code and bylaw are analyzed. Linguo-pragmatic parameters were chosen as criteria for the typology – communicative intention and communicative positions of the speaker and the addressee. The main speech acts of the legislative discourse and its linguistic features are characterized.*

**Key words:** legal discourse, legislative discourse, speech genre, intention.



УДК 811.11'42

**Бойко О. О.**

PhD (доктор філософії з філології)

викладачка кафедри прикладної лінгвістики

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251833](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251833)

## КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АЛЮЗІЇ В ТЕКСТОТВОРЕННІ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО ТА РОСІЙСЬКОМОВНОГО ФЕНТЕЗІ

*Статтю присвячено аналізу алюзії як елемента інтертекстуальності, що виконує важливу роль у текстотворенні російськомовних та українськомовних текстів фентезі. Проаналізовано наукові розвідки, в яких присутні дефініції алюзії, як стилістичної фігури та стилістичного прийому, натяку та непрямого відсилання. Визначено, що алюзії, за А. Тюенком, працюють на природження змісту.*

*Запропоновано власне визначення поняття алюзії як дуального (вербально-невербального) засобу актуалізації культурно-історичної пам'яті читача. Дуальність алюзії полягає в тому, що вона може бути інтертекстуальною або інтермедіальною, із посиланням на зображальні та аудіовізуальні мистецтва (зокрема, кіно, оперу, балет), музику тощо. Окрім того, постає важливим питання розмежування понять «прецедентний феномен» і «алюзія». В нашому дослідженні алюзії можуть містити в собі прецедентні феномени – назви, імена, ситуації тощо; але алюзія постає ширшим поняттям, оскільки вона є натяком, а натяк не обов'язково містить в собі конкретні оніми. З іншого боку, прецедентний феномен не завжди є алюзією в прямому розумінні цього слова, це може бути цитатний вислів або просто згадка про загальновідомий факт, на кшталт словникових визначень.*

*Проаналізовано культурологічні (релігійні, міфологічні, казкові) алюзії на матеріалі загальних 570 фрагментів (17% від загальної кількості інтертекстуальних елементів, які було відібрано з джерельної бази (3341)). Визначено, що культурологічних алюзій всього 185. Наведено приклади з творів Володимира Арєнєва, Дари Корній, Нікі Калєн, Макса Фрая та інших українськомовних та російськомовних письменників. Ми дійшли висновку, що міфологічні посилання зручно ділити за культурним джерелом походження, релігійні алюзії більшою мірою входять до сталого інтертекстуального поля реципієнта, фольклорні алюзії є тісно пов'язаними з магичним дискурсом через залучення міфонімів, теонімів, назв на позначення химерних істот і інших ознак фантастичного. Таким чином, алюзії відіграють важливу роль у створенні фентезійних текстів українською та російською мовами.*

**Ключові слова:** інтертекстуальність, фентезі, алюзії культурологічні, алюзії міфологічні, алюзії казкові, прецедентні феномени.

**Постановка проблеми.** Поняття алюзії як елемента інтертекстуальності є поширеним і детально вивченим. Однак його визначення, класифікація алю-

зій, ознаки алюзійних елементів не є загально визначеними і досі є актуальними для досліджень, про що свідчить велика низка сучасних наукових розвідок. В той же час алюзії виконують важливу текстотвірну роль у створенні текстів фентезі, написаних як українською, так і російською мовами – нарівні з іншими інтертекстуальними елементами (цитати, референції, ремінісценції) вони мають велику питому вагу в тексті і допомагають актуалізувати прецедентні феномени, що належать до інтертекстуального поля читача. Дослідження алюзій спостерігаємо в наукових працях українських (Л. Біловус, Н. Голюкова, Н. Кондратенко, Л. Меркотан, О. Переломова, М. Шаповал, О. Ярема та інші) та закордонних (Ж. Женетт, Н. Кузьміна, Н. П'єге-Гро, Н. Фатєєва, Р. Ноган, М. Kuleli, B.D. Sommer та ін.) вчених. **Мета** статті полягає у спробі надати власне визначення поняття алюзії та запропонувати власну класифікацію цього різновиду інтертекстуальності, а також більш детально проаналізувати культурологічні алюзії та їхні різновиди. Це сприяло визначенню низки **завдань**: проілюструвати класифікацію прикладами з російськомовного та українськомовного фентезі, проаналізувати кількість культурологічних алюзій та їхніх різновидів, визначити їхню роль у текстотворенні фентезі.

**Ілюстративна база дослідження**: романи та оповідання українськомовних письменників та письменниць Володимира Арєнева, Н. Кондратенко, Дари Корній, Є. Онищука, а також російськомовних письменників С. Дільдіної, Макса Фрая, Нікі Каллен.

**Аналіз наукових досліджень**. Незважаючи на розмаїття дефініцій алюзій, майже в усіх формулюваннях наявні слова «прийом, засіб», а також «покликання, відсилання, натяк». Н. Русова вважає, що алюзія є стилістичною фігурою [Русова, 2004]. М. Прокопець розглядає стилістичний засіб алюзії «як художньо-стилістичний фонетико-семантичний прийом – відсилання...» (Прокопець, 2012). Т. Динниченко характеризує алюзію як різновид натяку (Динниченко, 2016), а Н. П'єге-Гро – як непряме відсилання (П'єге-Гро, 2008).

М. Шаповал і Н. Фатєєва акцентують увагу на тому, що алюзія є запозиченням претексту, елементи якого присутні в тексті-реципієнті лише імпліцитно (Шаповал, 2009; Фатєєва, 2000). Н. Фатєєва актуалізує семантико-композиційну роль алюзій: «у випадку алюзії на перше місце виходить **конструктивна** інтертекстуальність, метою якої є організація запозичених елементів таким чином, щоб вони виявилися **вузлами сполучення семантико-композиційної структури нового тексту**» (Фатєєва, 2000, с. 129).

Відповідно, М. Прокопець, Н. П'єге-Гро і Г. Сюта визначальною вважають роль когнітивного сприйняття алюзії читачем: «специфіка [алюзії] полягає в непрямому відсиланні до літературних текстів, що у певний спосіб примушує працювати пам'ять читача... літературна алюзія передбачає, що читач спроможний розпізнати за алегоріями ту думку, яку автор хотів йому навіяти» (П'єге-Гро, 2008, с. 89). Г. Сюта також наголошує більше на ментальній, асоціативно-інтуїтивній, аніж власне мовній природі алюзії в порівнянні

з цитатою: «Здебільшого це кілька розпорошених, розсіяних у тексті опорних лексем, які не формують цілісного висловлення, однак слугують діалогічно-інтертекстуальними імпульсами, стимулами до впізнання семантичних подібностей» (Сюта, 2017, с. 103). Ерудиція читача є важливим чинником розпізнання та правильного декодування алюзійної «загадки»: «алюзія... натякає на певний літературний твір, сюжет... із розрахунку на певну ерудицію та обізнаність аудиторії, покликану розгадати закодований зміст цього повідомлення» (Прокопець, 2012). В аспекті лінгвокогнітології розглядає алюзію і О. Заболотська, акцентуючи увагу на імпліцитності, двоплановості та цілеспрямованості алюзії (Заболотська).

Існує декілька класифікацій алюзій, які побудовано за різними ознаками. О. Ярема розрізняє алюзії однослівні (однойменні), у формі словосполучення/речення або в формі цитати. Дослідниця визначає, що найчастіше однослівними алюзіями виступають особові, міфологічні антропоніми, теоніми, ктематоніми, однак трапляються й фольклорні, авторські та побутові (Ярема, 2016, с. 11).

А. Тютенко розглядає низку критеріїв, за якими можна визначити приналежність інтертекстуального елементу чи сегменту тексту до алюзій. Серед них наступні: сегмент тексту є натяком, базується на подібності, але не тотожності, денотату; наявність спільних фонових знань адресанта та адресата; належність об'єкту посилання до категорії культурних знаків; зв'язок із первісним денотатом чи джерелом алюзії; використання для прирощення основного змісту тексту; відсутність супроводу авторських пояснень або розшифровки і метатекстуальних маркерів (Тютенко, 2000). Зазначимо, що Н. Фатєєва, на відміну від А. Тютенка, виокремлює алюзії з атрибуцією і без атрибуції. Атрибутованими, на її думку, є назви твору, прізвища митців, імена героїв відомих текстів.

Перелік джерел, на які можуть посилатися алюзії, може бути узагальненим: «відсилання до прецедентного тексту» (Сюта, 2017), «запозичення елементів претексту» (Фатєєва, 2000), «вибіркове запозичення претексту» (Шаповал, 2009), або детально визначеним: «посилання на загальновідомий літературний, побутовий або суспільно-політичний факт» (Русова, 2004; Бусел, 2005; Словник укр. мови в 20 томах, 2010), «відсилання до певного літературного твору, сюжету чи образу, а також історичної події» (Ніколюкін, 2003), «...до літературних творів, витворів мистецтва, визначних суб'єктів та подій культури та історії людства» (Динниченко, 2016), «історії, міфології, суспільної думки або до загальноприйнятих звичаїв» (П'єге-Гро, 2008), «відсилання до прецедентного явища, реалії чи твору, який натякає на певний літературний твір, сюжет чи образ, кінематографічну, міфічну, історичну подію, побутовий, соціально-політичний факт чи мовленнєво-поведінковий стереотип...» (Прокопець, 2012).

О. Ярема розрізняє 8 тематичних типів алюзій: міфологічні; теологічні; літературні (авторські); історично-соціальні; фольклорні; побутові; арт-алюзії;

особові (Ярема, 2016, с. 12). Зазначимо, що ми об'єднуємо теологічні та міфологічні алюзії в класі культурологічних.

Аналіз наведених визначень і емпіричне вивчення вибраних фрагментів із фентезійних текстів дає змогу запропонувати своє визначення алюзії. ***Алюзія – це дуальний (вербально-невербальний) засіб актуалізації культурно-історичної пам'яті читача.***

**Виклад основного матеріалу.** Дуальність алюзії полягає в тому, що вона може бути інтертекстуальною або інтермедіальною, із посиланням на зображальні та аудіовізуальні мистецтва (зокрема, кіно, оперу, балет), музику тощо. Якщо проводити паралелі з роботою свідомості читача, як комп'ютера, то алюзія – це точковий запит, виражений одним словом або фрагментом тексту. Такий запит викликає в свідомості читача цілий культурний прошарок, асоціативний пласт, який дає змогу по-новому осмислити і сприйняти сюжет, персонажів, атмосферу тексту. Отже, важливою постає когнітивно-сугестивна функція алюзії.

Якщо алюзія посиляється на невідомий читачеві культурний факт, запит стає «некоректним». В цьому випадку реципієнт, відчуваючи зміну культурного рівня, може самостійно доповнити мозаїку свого світосприйняття через пошук додаткової інформації в зовнішніх джерелах або з допомогою наданої автором інформації в метатекстових посиланнях та коментарях.

Окрім того, постає важливим питання розмежування понять «прецедентний феномен» і «алюзія». В нашому дослідженні алюзії можуть містити в собі прецедентні феномени – назви, імена, ситуації тощо; але алюзія постає ширшим поняттям, оскільки вона є натяком, а натяк не обов'язково містить в собі конкретні оніми. З іншого боку, прецедентний феномен не завжди є алюзією в прямому розумінні цього слова, це може бути цитатний вислів або просто згадка про загальновідомий факт, на кшталт словникових визначень. Алюзія як інтертекстуальний елемент постає на межі поєднання двох контекстів – вихідного, з якого автор обирає необхідний йому елемент, і нового, щойно створеного. Дуже часто алюзійні покликання спрацьовують як аналогії, порівняння нового і загальновідомого. Тим не менш, переважну більшість алюзій, використаних у фентезі, побудовано саме на використанні прецедентних феноменів – універсально-прецедентних або національно-прецедентних.

Класифікація алюзій, запропонована в нашому дослідженні, базується на більш розширених переліках джерел і є створеною емпірично – нами було проаналізовано 570 фрагментів з алюзіями (17% від загальної кількості інтертекстуальних елементів, які було відібрано з джерельної бази (3341). Процентне співвідношення алюзій наведено в таблиці 1. Усі фрагменти було відібрано з україномовних і російськомовних фентезійних творів. Зауважимо, що за прецедентністю ми розподілили тільки історичні алюзії, тому що літературні, казкові та міфологічні здебільшого всі були прецедентними, такими, що входять до сталого ядра інтертекстуальності (Г. Денисова). Також ми не розрізняли

атрибутовані та неатрибутовані алюзії, причиною цього є невелика чисельність атрибутованих алюзій у фентезійних творах. Зауважимо, що сумарна кількість алюзій, перерахованих у таблиці, перевищує 570 через те, що певні різновиди накладаються один на одного: артіоніми можуть входити до різновиду казкових і до різновиду літературних, до інтермедіальних, так само і антропоніми, поетоніми тощо.

Таблиця 1

## Відсоткове співвідношення алюзій.

Різновид алюзій	Кількість	% від кількості алюзій (570)	% від загальної кількості інтертекстом (3341)
<b>Всі</b>	<b>570</b>	<b>100</b>	<b>17</b>
<b>Культурологічні (релігійні, міфологічні, фольклорні)</b>	<b>185</b>	<b>32,45</b>	<b>5,53</b>
<i>Міфологічні</i>	86	15	2,5
<i>Релігійні</i>	84	14,7	2,5
<i>Фольклорні</i>	15	2,63	0,44
<i>Інтермедіальні</i>	140	24,56	4,19



Діагональна діаграма з накопиченням

До культурологічних алюзій ми уналежнюємо такі різновиди: світоглядні (релігійні, міфологічні та фольклорні) алюзії, а також усі інтермедіальні алюзії (музичні, кіно-, театральні вистави, живопис тощо).

**Міфологічні алюзії** є різновидом культурологічних, ми уналежнюємо до них покликання, що містять міфоніми та інші прецедентні назви з міфологій світу.

О. Ярема розрізняє 8 тематичних типів алюзій, і серед них – міфологічні, що об'єднують алюзії, які посилаються на явища, об'єкти та персонажів різних національно-культурних міфологічних циклів (Ярема, 2016).

Базова класифікація за джерелами алюзії містить у собі біблійні сюжети, міфологічні історії, літературні твори, історичні події, невербальне мистецтво (Тухарелі, 2006, с. 81). Біблійні сюжети використовуються в широкому спектрі літературних творів. Як прецедентні тексти, біблійні історії мають дуже високий рівень впізнаваності.

У багатьох культурах та етнічних групах біблійні алюзії не потребують розкриття та пояснення. Міфологічні та літературні алюзії використовуються як матеріал творення образності переважно в художній літературі і часто є специфічними.

Ми розподілили міфологічні посилання за **культурним джерелом походження**: ацтеки, Схід (Тибет), грецька культура, Єгипет, Китай, скандинавська міфологія і слов'янська. Зазначимо, що посилання на слов'янську міфологію є найпоширенішими в українському фентезі, натомість в російському майже не трапляються. Ми віднайшли 72 посилання (2,1%) на слов'янське фентезі в творчості В. Арєнєва, Т. Винокурової-Садиченко, Д. Корній, Н. Кондратенко. Більшість із них є онімами. Серед них трапляються міфоніми: домовики, мавки, русалки, водяники, вовкулаки; міфозооніми: Алконост, Гамаюн, Жар-Птиця, Сірін, Симаргл; теоніми: Лідниця, Пал, Дажбог, Стрибог, Чорнобог, Леля, Желя, Морок тощо.

Посилань на грецьку міфологію віднайдено 33 (0,9%). Ними послуговуються як у російському, так і в українському фентезі. Найпопулярнішими є такі міфоніми, як Кронос (6, або 0,17%), Одін (5, або 0,14%) Харон, Горгона та Дід Мороз (по 3, або 0,08%). Серед інших – Пандора, Геката, Орфей, Психея тощо. Частотними є гідроніми-потамоніми (назви рік): Стікс, Лета (Амелес, Амелет), річка Смородинна (Забута-Незгадана), річка Стохід. Міфи народів світу стали основою для роману Макса Фрая «Мой Рагнарек», в якому грецькі і скандинавські боги об'єднуються, щоб перешкодити кінцю світу. Також важливою постає роль грецької міфології в романі Макса Фрая «Ключ из желтого металла», в якому поєднано відсилання до казки О. Толстого «Золотий ключик» (навіть назва є трансформованою алюзією) і легенди про Гекату.

Скандинавська міфологія також є поширеним джерелом прецедентних феноменів, зокрема, міфонімів, теонімів і топонімів. В оповіданні «Жили в шатрах, умывались бисером» (Макс Фрай) актуалізовано національно-прецедентну назву, дрімонім (назву лісового об'єкту) «Роща оков»: *Сколькох уже сочинил – не пальцев, ветвей древесных в Роще оков не хватит пересчитать*. Алонім (варіативна назва) «Рощи оков», згідно «Старшої Едди» – Фьютурлунд [Стар-



шая Эдда]. В оповіданні «Трое в лодке, не считая Гери и Фреки» (Макс Фрай), окрім міфозоонімів «Гері» та «Фрекі», що є іменами вовків Одіна, натрапляємо на міфонім Омі – теонім, одне з імен Одіна. Міфоніми «Одін» і «Локі» засвідчуємо в повісті Т. Винокурової-Садиченко «Жарт другий. Квіт папороті»

Алюзії на єгипетську міфологію трапляються 6 разів (0,17%) зокрема, в уже згаданому романі «Мой Рагнарек». І всього одне оповідання (0,02%) побудоване на ацтекській міфології – «Повадки духов Нижнього Мира» Макса Фрая.

Східні міфоніми є більш рідкісними в українськомовному та російськомовному фентезі. Найменше засвідчено алюзій на китайську міфологію: 2, або 0,05% (про матінку Чан Е і про лисицю-перевертня у Макса Фрая). Тибетська міфологія є більш популярною, віднайдено 12 алюзій, або 0,35%. Зокрема, частотними є алюзії на світобудову в тибетському світогляді, пор.: *Тусклий белый свет всё у тех же тибетцев символизирует Дэвалоку. Не высший идеал продвинутого буддиста, но как по мне, неплохое место. Самый приятный из шести миров сансары. Долгожительство, счастье и разнообразие наслаждений – включены* (Макс Фрай. Гест), *Они (дэвы) меня буквально на коленях умоляли, всем миром: переродись у нас, пожалуйста! А я – ни в какую.* (Макс Фрай. Халва в шоколаде).

**Релігійні алюзії** є близькими до міфологічних, відмінність полягає лише в тому, що релігійні покликання посилаються на тексти основних наявних нині релігій: християнства, ісламу і буддизму. О. Ярема вирізняє теологічні алюзії, які містять «алюзивні одиниці, які посилаються на священні літературні тексти, такі як Біблія, Коран, Талмуд тощо, або співвідносяться з релігійними предметами, суб'єктами, явищами, подіями» (Ярема, 2016, с. 16).

Серед релігійних алюзій у фентезі найпопулярнішими є ті, що входять до концептуального поля міфотопонімів пекла, раю та чистилища, а також своєрідної віртуальної прецедентної ситуації Страшного Суду. В українськомовному фентезійному дискурсі натрапляємо на два оповідання, сюжет яких побудовано на співставленні міфотопоніма раю і земних структур – лікарні (В. Арєнєв, «Зобразіть мені рай» та готелю (Р. Онищенко, «Люкс, напівлюкс, стандарт»). Герой В. Арєнєва намагається вербалізувати своє уявлення про складники концепту раю. Зокрема, до нього включено міфоніми у поєднанні з розмовною лексикою, а також лексеми, що актуалізують замкнений, недоступний простір: – *Не знаю, – відповів. – Рай? Н-ну, він таки, бачте, у хмарах, із янголами німбастими і з цією... з брамою. Ковані ґрати, замок амбарний і... і колючий дріт угорі натягнуто, щоб кому не слід не лазили* (Володимир Арєнєв Зобразіть мені рай).

У Р. Онищенка спостерігаємо інтердискурсивне поєднання уявлень про рай і про сучасний менеджмент: ...*Рай – досить прогресивна організація, скажу я вам, динамічна у своєму розвитку, запевняю вас. У нас постійно відбуваються зміни. Ім'я, наприклад, ще тисячу років назад ви ані за які чесноти не змінили б, а сьогодні – лише ваше бажання, ваша заява і автоматична зміна*

даних за декілька секунд. ...Гріхи теж поділили на групи, спростили **процедури і умови прощення**, тому і Рай розділили на **зони**. (Р. Онищенко. Люкс, напівлюкс, стандарт). Про це свідчить низка епітетів «прогресивна», «динамічна», а також формалізація поняття «гріх» і інші бюрократичні звороти («автоматична зміна даних за декілька секунд», «спростили процедури і умови прощення», «Рай розділили на зони»).

Здебільшого семантичне поле концепту «рай» об'єднує семи, що стосуються «щастя» – отриманого або втраченого: ...а кормили так, словно я попал в **рай**, где праведникам позволяют сохранить при себе вполне земные желудки. (Макс Фрай. ζ. Mizar&Alcor. Сарагоса), ...**Счастье** – это всегда правильно, не зря момент, когда оно перестало быть естественным состоянием человека, описан таинственным свидетелем происшествия как **изгнание из рая**. (Макс Фрай. Ключ из жёлтого металла).

Міфотопонім «чистилище» засвідчуємо в різних творах загалом 7 разів, подекуди його супроводжує прецедентне ім'я автора «Божественної комедії» Данте, а також міфотопонім «коло» (одне з дев'яти кіл пекла). Концептуальне поле «чистилище» містить в собі семи «гріх» і «спокута»: *Казалось, что теперь так будет всегда – время остановилось, мы умерли и попали в свое персональное, честно заработанное **чистилище*** (Макс Фрай. Дебют в Ехо); *А я тебе, ріднесеньку, у **вичистилище**, там тебе відмиють, папірчик відклеять і по-новому, в наступне коло, як і має бути... А мені –копійчинку за тебе. Копійчинку за тебе, копійчинку за інших – дивись, так і на квиточок назбираю. У **рай...ха-ха!.. райцентр, де...ха-ха! батя мій жеде-дожидає блудного сина*** (Володимир Арєнев Зобразіть мені рай). В останньому фрагменті спостерігаємо низку релігійних алюзій: вичистилище, блудний син, наступне коло. У фразі «у рай...ха-ха!.. райцентр» міфотопонім «рай» змінює семантику і стає частиною часткової аббревіації «районний центр», що призводить до зміни дискурсу з міфологічного на побутовий.

Окрім того, у фентезійних творах частотними є міфоніми «янгол», «диявол», «чорти». Зауважимо, що *чорти* і *диявол* є більш часто вживаними міфонімами: натрапляємо на них 9 разів, натомість міфонім *янгол* трапляється двічі. Вважаємо, що причиною є, з одного боку, вживання міфоніма «чорт» у лайливій лексиці, з іншого – високий сюжетотвірний потенціал подібних алюзій. Пор.: ...перед князем возник **лукавый бес**. Был он так стар, что чёрная шерсть серебрилась сединой, а отполированные временем **рога сияли как нимб** – какой-нибудь невежественный крестьянин вполне мог принять его за **ангела небесного**. (Макс Фрай. θ. Al Naud. Валбжих) – поєднано міфоніми «лукавый бес» та «ангел небесный» до змішування: «рога сияли как нимб».

...Власність компанії **Lcfr LTD**. ...І роботу знайшов одразу після інституту. У **фірмі «Люцифер LTD»**. –Як? – пробелькотів чоловік. –**L c f r**, – вимовила бабуся трохи в ніс, на англійський лад, – скорочено від Люцифер. Як тільки зараз не називають фірми... то «Сталкер», то «Люцифер».. (М Горностаєва.



Чорна магія для чайників). У фрагменті наведено абрєвіатуру-ергонім, в якій зашифровано міфонім «Люцифер». Зауважимо, що ергонім «Сталкер» є своєрідною референцією до оповідання М. Горностаєвої «Ти тільки простягни руку».

Релігійні алюзії більшою мірою входять до сталого інтертекстуального поля реципієнта, тому їх нескладно декодувати, що стає зручним засобом для досягнення двох цілей: створення інтертекстуальних зв'язків із релігійним контекстом (священними текстами, матеріальними артефактами), а також для збагачення арсеналу магічних елементів у фентезійному дискурсі. Вживання теонімів, міфонімів та інших елементів ірреального релігійного дискурсу у поєднанні з засобами створення оніричного дискурсу стають найдоступнішим інструментом для написання реалістичного магічно-фантастичного тексту.

**Фольклорні алюзії** є частиною групи світоглядних алюзій – фольклорні покликання на народну творчість відбивають уявлення народу про навколишній світ, тому містять у своєму складі міфоніми, теоніми тощо. Ми не розглядаємо фразеологічні та паремічні одиниці, до аналізу були залучені тільки алюзії, що є цілісними текстовими одиницями, введеними в текст із метою створення «вертикального контексту» з допомогою елементів усної народної творчості слов'ян.

Фольклорні алюзії, за визначенням О. Яреми – натяки на об'єкти, явища або інші реалії з художньої колективної літературної й музичної творчої діяльності народу, що ґрунтується на стереотипах їх свідомості (Ярема, 2016).

Зауважимо, що фольклорні алюзії нерозривно пов'язані з жанрово атрибутованими та неатрибутованими національно-прецедентними цитатами з фольклору. Зокрема, до них належать і вставні жанри: авторські притчі, легенди, казки, які можна уналежнити до архітекстуальних елементів (Женетт, 1998), тобто, таких, в яких запозичено жанрову форму (Казка про небесну лисицю в «Бісовій душі...» В. Арєнева, три притчі про Учителя в «Зворотному боці темряви», «Зворотному боці сутіні» та «Зворотному боці світів» Дари Корній, оповідь про характерника і травницю в «Гонихмарнику» Дари Корній). Маємо 15 фрагментів, які уналежнюємо до вставних жанрів, або 0,44%. Вставні жанри можуть виконувати текстотвірну, сугестивну та інформативну функції, зокрема, інформативну функцію виконує оповідь про характерників у романі Д. Корній «Гонихмарник»: *...через батьківське прокляття в родині Остапа не мали народжуватися діти. Та щось пішло не так. ...з того часу народжувалися з покоління в покоління в родині Остапа самі дівчата і то лишень однісінька дитинка... По глупоті своїй у ті давні часи вважалося, що тільки хлопчики можуть ставати справжніми **характерниками**. У житті доньки з'явився **Гонихмарник**. Але цього разу **Градобур** програв...* (Д. Корній. Гонихмарник). У наведеному фрагменті актуалізовано міфоніми *характерники*, а також *Гонихмарник* і *Градобур*; в повному тексті пояснюється, чому Аліна належить до роду характерників, а Олександр – до роду Градобурів.

Текстотвірну функцію виконує легенда у романі В. Арєнєва «Заклятий скарб»: *Дід мій, коли ще молодим був, чи то чув від кого, чи сам бачив, що у нас за селом, на пагорбі, під явором, **скарб закопано**. Місцина та здавна вважалася нечистою. Там, кажуть, було колись поганське капище, навіть жертви людські приносили. Пізніше ідолів викорчували, місце освятили – та так і лишили собі. ...Хоча, звичайно, як воно насправді було – один Бог відає... (Володимир Арєнєв. Бісова душа). Спостерігаємо лексему «скарб», що винесена в сильну позицію заголовку, а також історію про те, як його закопали; цей факт було покладено в основу роману. Інша казка з цього роману виконує сугестивну функцію: – *Знаєш **казку про небесну лисицю**? – Розкажіть, дядьку! – Живе у дальніх краях... – Це в тих, де песиголовці водяться? – Точно... Ну от, живе там, значить, **Небесна лисиця**. Сама вона зі срібла, а хвіст у неї – з чистого золота, але пухнастий і м'який... (Володимир Арєнєв. Бісова душа), про що свідчить опис лисиці і своєрідний синтаксис: інверсія, традиційний зачин тощо. Окрім того, у фрагменті наведено міфонім «песиголовці», що підкреслює фантастичний дискурс казки.**

Також уналежнюємо до фольклорних алюзій міфоніми і теоніми – імена міфічних істот і богів слов'янського пантеону, і деякі циклічні хрононіми: *...бросили в реку, как бросают венки на Купалу, отвернулись и убежали, чтобы не видеть, плывут они или тонут, чтобы не угадать судьбу по движению вод (Макс Фрай. Вечный календарь). В цитаті актуалізовано хрононім «Купала» – ніч на Івана Купала, з 23 на 24 липня, коли існує традиція віщувати долю з допомогою вінків. Проте більш частотними є міфоніми: *Я міг би стати жерцем **Чорнобога** в ті часи, коли все вирішував меч (М. Горностаєва. За мости відповісте); Пал – Повелитель вогню. Повисит – Повелитель бурі. Худіч – повелитель мук. Редагаст – Повелитель війни. Припекало – Повелитель облуди і розпусти. Ніян – Повелитель покарань... (Д. Корній. Зворотний бік темряви); серед засвідчених міфозоонімів: *А це, – вона кивнула в бік собаки, – **Симаргл**. Він спостерігає. Добрий собака. Справжній друг (Д. Корній. Зворотний бік світів); Нашу Західну браму, крім заклинань та берегових знаків, охороняє **Рарог**, вогняний крилатий сокіл. ...Північні та Південні ворота оберігають відповідно **Триголовий та П'ятиголовий Змії**, а це просто ідеальні воротарі (Д. Корній. Зворотний бік сутіні).***

Фольклорні алюзії є тісно пов'язаними з магічним дискурсом через залучення міфонімів, теонімів, назв на позначення химерних істот і інших ознак фантастичного. Також можемо простежити зв'язок із казками, зокрема народними, завдяки використанню традиційних казкових структур, і з цитатами, коли фольклорні елементи наводяться у незміненому вигляді.

**Висновки та перспективи дослідження.** Міфологічні посилання зручно ділити за культурним джерелом походження: ацтеки, Схід (Тибет), грецька культура, Єгипет, Китай, скандинавська міфологія і слов'янська. Релігійні алюзії більшою мірою входять до сталого інтертекстуального поля реципієн-

та, тому їх нескладно декодувати, що стає зручним засобом для досягнення двох цілей: створення інтертекстуальних зв'язків із релігійним контекстом (священими текстами, матеріальними артефактами), а також для збагачення арсеналу магічних елементів у фентезійному дискурсі. Фольклорні алюзії є тісно пов'язаними з магічним дискурсом через залучення міфонімів, теонімів, назв на позначення химерних істот і інших ознак фантастичного. Перспективи дослідження полягають у компаративному аналізі фольклорних алюзій із залученням англійських та німецькомовних текстів. На окрему розвідку заслуговують інтермедіальні алюзії.

## Література

1. Бусел, В. Т. (Ред.). (2005). *Великий тлумачний словник сучасної української мови: 250000*. Перун.
2. Динниченко, Т. (2016). *Типологія форм інтертекстуальності у французькій модерністській прозі (на матеріалі прози Андре Жіда)*. (Дис. канд. філол. наук). Київський університет імені Бориса Грінченка.
3. Женетт, Ж. (1998). *Фигури*. (В 2 т. ТТ. 1–2). Изд-во Сабашниковых.
4. Заболотська, О. *Алюзія в художніх текстах: лінгвокогнітивний аспект*. URL: <https://cutt.ly/njgY0V1>
5. Николокин, А. Н. (Сост.). (2003). *Литературная энциклопедия терминов и понятий*. Интелвак.
6. Прокопеч, М. І. (2012). *Інтертекстуальність та алюзія: особливості прояву та виявлення (на матеріалі англійського комерційного рекламного дискурсу)*. URL: <https://cutt.ly/LjgYsY8>
7. П'єге-Гро, Н. (2008). *Введение в теорию интертекстуальности*. Москва: Изд-во ЛКИ.
8. Русова, Н. Ю. (2004). *От аллегории до ямба. Терминологический словарь-тезаурус по литературоведению*. Фланта, Наука.
9. *Словник української мови в 20 томах*. (2010). (Т. 1). Київ: Наукова думка.
10. *Старшая Эдда* (1975; М. В. Раевский (перевод «Песнь о Солнце»), 1997); URL: <https://cutt.ly/jjEkNjz>
11. Сютя, Г. М. (2017). *Цитатний тезаурус української поетичної мови ХХ століття*.
12. Тухарели, М. Д. (2006). *Алюзія в системі художественного произведения*. (Дис. канд. філол. наук).
13. Тютенко, А. (2000). *Структура і функції алюзії в пресі Німеччини, Австрії та Швейцарії*. (Автореф. дис. канд. філол. наук). Харківський національний ун-т імені В. Н. Каразіна.
14. Фатеева, Н. А. (2000). *Контрапункт интертекстуальности, или Интертекст в мире текстов*. Агар.
15. Шаповал, М. (2009). *Интертекст у світлі рампи: міжтекстові та міжсуб'єктні реляції української драми*. Автограф.
16. Ярема, О. Б. (2016). *Алюзія в текстах британської художньої літератури: лінгво-статистичний аспект (на матеріалі творів модерністів)*. (Автореф. дис. канд. філол. наук).

## References

1. Busel, V. T. (Red.). (2005). *Large explanatory dictionary of the modern Ukrainian language: 250,000*. [Velykyi tлумachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy: 250000]. Perun.
2. Dynnychenko, T. (2016). *Typology of forms of intertextuality in French modernist prose (based on the prose of Andre Gide)*. [Typolohiia form intertekstualnosti u frantsuzkii modernistskii prozi (na materialii prozy Andre Zhida).] (Dys. kand. filol. nauk). Kyivskyy universytet imeni Borysa Hrinchenka.
3. Zhenett, Zh. (1998). *Figures*. [Figury]. (V 2 t. TT. 1–2). Izd-vo Sabashnikovykh.
4. Zabolotska, O. *Allusion in literary texts: linguocognitive aspect*. [Aliuziia v khudozhnikh tekstakh: linhvokohnityvnyi aspekt]. URL: <https://cutt.ly/njgY0V1>
5. Nikolukin, A. N. (Ed.). (2003). *Literary encyclopedia of terms and concepts*. [Literaturnaya entsiklopediya terminov i ponyatiy]. Intelvak.
6. Prokopets, M. I. (2012). *Intertextuality and allusion: features of manifestation and detection (based on English-language commercial advertising discourse)*. [Intertekstualnist ta aliuziia: osoblyvosti proiavu ta vyaviplennia (na materialii anhlomovnoho komertsiinoho reklamnoho dyskursu)]. URL: <https://cutt.ly/LjgYsY8>
7. Pjege-Gro, N. (2008). *Introduction to the theory of intertextuality*. [Vvedenie v teoriyu intertekstual'nosti]. Izd-vo LKI.
8. Rusova, N. Yu. (2004). *From allegory to iambic. Terminological dictionary-thesaurus on literary criticism*. [Ot allegorii do yamba. Terminologicheskyy slovar'-tezaurus po literaturovedeniyu]. Flinta, Nauka.

9. *Dictionary of the Ukrainian language in 20 volumes*. [Slovnyk ukrainskoi movy v 20 tomakh]. (2010). (Т. 1). Naukova dumka.
10. *Elder Edda* (1975; M.V. Raevsky (translation of “Song of the Sun”), 1997). [Starshaya Edda 1975; M. V. Raevskiy (perevod «Pesn’ o Solntse»), 1997]. URL: <https://cutt.ly/jjEkNJz>
11. Siuta, H. M. (2017). *Quotation thesaurus of the Ukrainian poetic language of the twentieth century*. [Tsyatnyi tezaurus ukrainskoi poetychnoi movy XX stolittia].
12. Tukhareli, M. D. (2006). *Allusion in the system of a literary work*. [Allyuziya v sisteme khudozhestvennogo proizvedeniya]. (Dis. kand. filol. nauk).
13. Tyutenko, A. (2000). *The structure and functions of allusions in the press of Germany, Austria and Switzerland*. [Struktura i funktsii aliuzii v presi Nimechchyny, Avstrii ta Shveitsarii]. (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Kharkivskiy natsionalnyi un-t imeni V.N. Karazina.
14. Fateeva, N. A. (2000). *Counterpoint of Intertextuality, or Intertext in the World of Texts*. [Kontrapunkt intertekstual’nosti, ili Intertekst v mire tekstov]. Agar.
15. Shapoval, M. (2009). *Intertext in the light of the ramp: intertextual and intersubject relations of Ukrainian drama*. [Intertekst u svitli rampy: mizhtekstovi ta mizhsubiektni reliaitsii ukrainskoi dramy]. Avtohrاف.
16. Yarema, O. B. (2016). *Allusion in the texts of British fiction: the linguistic and statistical aspect (based on the works of modernists)*. [Aliuziia v tekstakh brytanskoi khudozhnoi literatury: linhvo-statystychnyi aspekt (na materialy tvoriv modernistiv)]. (Avtoref. dys. kand. filol. nauk).

### **Olha Boiko**

Odesa I. I. Mechnikov National University  
PhD of Philology  
Department of the Applied Linguistics  
Odesa

## **CULTURAL ALLUSIONS IN TEXT CREATION OF UKRAINIAN AND RUSSIAN FANTASY**

*The article is devoted to the analysis of allusion as an element of intertextuality, which plays an important role in the text – making of Russian and Ukrainian fantasy texts. Scientific investigations are analyzed, in which there are definitions of allusion as a stylistic figure and stylistic reception, hint and indirect reference. The origin of allusion as borrowing of a pretext, and also its semantic-compositional role in expression of constructive intertextuality (according to N. Fateeva) is characterized. It is determined that allusions, according to A. Tyutenko, work to increase the content. The own definition of the concept of allusion as a dual (verbal-non-verbal) means of actualizing the cultural and historical memory of the reader is proposed. The duality of allusion is that it can be intertextual or intermedia, with reference to the fine and audiovisual arts (including cinema, opera, ballet), music, and so on. The cognitive-suggestive function of allusion is important. In addition, the question of distinguishing between the concepts of “precedent phenomenon” and “allusion” arises. In our study, allusions may contain precedent phenomena – names, names, situations, etc. ; but allusion is a broader concept because it is a hint, and a hint does not necessarily contain specific onyms. On the other hand, the precedent phenomenon is not always an allusion in the literal sense of the word, it can be a quotation or just a reference to a well-known fact, such as dictionary definitions. Allusion as an intertextual element appears on the verge of combining two contexts – the source, from which the author chooses the element he needs, and the new, newly created. Very often allusive vocations work as analogies, comparisons of the new and the*

*well-known. However, the vast majority of allusions used in fantasy are built on the use of precedent phenomena – universal-precedent or national-precedent.*

*Culturological (religious, mythological, fairy-tale) allusions were analyzed on the basis of a total of 570 fragments (17% of the total number of intertextual elements selected from the source base (3341.)). in the table, exceeds 570 due to the fact that certain varieties overlap: artionyms can be a variety of fairy tales and a variety of literary, intermedia, as well as anthroponyms, poetonyms, etc. We did not distinguish between attributed and non-attributed allusions, the reason is small the number of attributed allusions in fantasy works. Examples from the works of Volodymyr Arenev, Darya Korniy, Niki Kallen, Max Frei and other Ukrainian-speaking and Russian-speaking writers are given.*

*We came to the conclusion that mythological references are convenient to divide by cultural source: Aztec, East (Tibet), Greek culture, Egypt, China, Scandinavian mythology and Slavic. It should be noted that references to Slavic mythology are the most common in Ukrainian fantasy, while in Russian they are almost non-existent. Religious allusions are more part of the recipient's permanent intertextual field, which allows for the creation of intertextual connections with the religious context (sacred texts, material artifacts), as well as to enrich the arsenal of magical elements in fantasy discourse. Folklore allusions are part of a group of ideological allusions – folklore vocations to folk art reflect the people's ideas about the world around them, so they contain mythonyms, theonyms, etc., and are closely related to magical discourse through the involvement of mythonyms, theonyms, names to denote chimerical creatures and other signs of the fantastic.*

**Keywords:** *intertextuality, fantasy, cultural allusions, mythological allusions, fairy-tale allusions, precedent phenomena.*

УДК 811.161.2

**Л. В. Завальська**

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри прикладної лінгвістики  
Національного університету  
«Одеська юридична академія»  
[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251849](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251849)

## **КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ПРЕЗИДЕНТСЬКОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ В. ЗЕЛЕНСЬКОГО)**

*Дослідження виконано в лінгвопрагматичному аспекті, що передбачає актуалізацію комунікативної взаємодії мовця і реципієнта в різних типах дискурсу. Об'єктом аналізу послугував президентський дискурс як вияв політичного дискурсу. Розглянуто публічні промови і звернення Президента України Володимира Зеленського, виголошені за 2019–2021 роки. Визначено поняття комунікативної стратегії як основного параметра комунікативної взаємодії та узагальнено підходи мовознавців до цього поняття. Проаналізовано тексти президентських виступів та виокремлено основні комунікативні стратегії. Запропоновано типологію стратегій, що охоплює самопрезентації, консолідації, агональності, аргументативності, дискредитації, маніпулятивності, авторитетності, декларативності, спонукання і ритуальності. Кожна із стратегій описано з опертям на ілюстративний матеріал та характерні ознаки комунікативної поведінки мовця.*

**Ключові слова:** президентський дискурс, політичний дискурс, комунікативна стратегія, комунікативна взаємодія, інтенція.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Дослідження публічних виступів українських політиків переважно скеровані або на вивчення риторичних особливостей текстів, або мовних особистостей політиків. Окреме місце серед таких наукових розвідок належить аналізу промов президентів, комунікативна діяльність яких визначена як президентський дискурс. Специфікою дискурсивної діяльності українських президентів зокрема вербалізованої у формі звернень, привітань і промов, є їхні підготовленість: тексти виступів створюють фахівці президентської прес-служби. Проте кожна промова повинна відповідати програмним пріоритетам президента та його мовній картині світу. Зважаючи на це, президентські виступи повинні мати єдину лінгвопрагматичну скерованість та відображати специфіку комунікативної поведінки мовця, що загалом становить президентський дискурс. Ми обрали для аналізу публічні промови Президента України Володимира Зеленського, представлені на офіційній інтернет-сторінці [6] як виголошені публічно за період 2019–2021 роки, та проаналізували використані в них комунікативні стратегії. Це дало змогу



простежити засадничі принципи мовленнєвої взаємодії мовця-президента з адресатом-народом в українському політичному дискурсі.

**Ступінь вивчення проблеми у мовознавстві.** Проблема визначення її типології комунікативних стратегій (далі – КС) окреслена у працях Т. ван Дейка, О. Іссерс, Т. Янко, Ф. Бацевича та ін. Стратегії політичного дискурсу розглянуто в наукових розвідках О. Михальової, О. Паршиної, Л. Славової, О. Билінської, Н. Кондратенко, Л. Стрій та ін. О. Михальова пропонує виокремлювати такі стратегії в політичному дискурсі: стратегію на зниження, стратегію на підвищення та стратегію на театральність [3, с. 45]. О. Паршина пропонує типологію КС, що стала підґрунтям для багатьох дослідників, які розробляють аспект стратегічного планування і розгортання політичної комунікації [4]. Оригінальну типологію КС, реалізованих у політичному дискурсі, пропонує Л. Славова. Вона виокремлює дві мегастратегії – кооперативну і конфронтативну, потрактовуючи мегастратегію як «комплекс тактико-стратегічних дій, до яких вдається мовна особистість з метою реалізації цільової настанови дискурсивної взаємодії» [7, с. 204]. У межах мегастратегії розглянуто стратегії, тактики, ходи і прийоми. О. Чорна, ґрунтуючись на понятті комунікативного іміджу, дефінованого як «сукупність вербальних стереотипів поведінки (ролей), механізмів і засобів їх реалізації (стратегій), що використовуються комунікантом, наділеним високим соціальним та професійним статусом, з метою (вираженою в інтенціях) формування у свідомості слухачів / співрозмовників узагальненого образу своєї особистості» [8, с. 28] пропонує інший погляд на КС у політичному дискурсі. О. Чорна виокремлює типові (домінантні) КС та нетипові (національно-специфічні) КС. Н. Петлюченко розрізняє в харизматичному політичному дискурсі такі КС: риторичну (тактики аргументації та апеляції), психологічну, емоційну [5, с. 227]; А. Артюхова в мітинговому політичному дискурсі виокремлює аргументативну стратегію (тактики контрастивного аналізу, перспективи, обґрунтованих оцінок, ілюстрування), агітаційну (тактики обіцянок та заклику) та стратегію формування емоційного настрою адресата (тактики єднання, звернення до емоцій адресата, врахування ціннісних орієнтирів адресата) [1, с. 6]; О. Карякін виокремлює КС мовленнєвої агресії: стратегію дискредитації, стратегію підвищення власного статусу та стратегію уникання відповіді [2, с. 16] тощо. Зважаючи на таку різноманітність у наукових підходах, пропонуємо виокремлювати комунікативні стратегії, ґрунтуючись на специфіці українського президентського дискурсу.

**Мета дослідження** – створити типологію комунікативних стратегій українського президентського дискурсу.

**Об’єкт дослідження** – український президентський дискурс як різновид політичного дискурсу; **предмет дослідження** – комунікативні стратегії поведінки президента у публічних виступах і промовах.

**Викладення основного дослідження.** Проаналізувавши тексти промов, виступів і звернень Президента України В. Зеленського за 2019–2021 роки, ми виокремили основні комунікативні стратегії.

1. **Стратегія самопрезентації** характеризується наданням позитивних оцінок власній діяльності з боку мовця. У президентському дискурсі передбачає насамперед використання Я-форм: граматичних форм дієслів 1-ої особи однини, займенників на позначення мовця (*я, мій*), напр.: *Про це та про низку інших заходів я підписав відповідний указ. І це питання не лише обов'язку, поваги чи честі. Це питання нашого з вами існування* (Промова В. Зеленського з нагоди Дня пам'яті жертв Голодомора, 27.11.2021). Мовними маркерами стратегії самопрезентації є лексико-граматичні засоби, що вказують на мовлення від 1-ої особи. Мовець виступає в цьому разі не лише як голова держава, а й як особистість, що дає змогу говорити про поєднання інституційного політичного дискурсу з персональним дискурсом.

На семантичному рівні ця стратегія передбачає викладення програмних положень і звітування за їх виконання, напр.: *Я знаю і про всі пункти моєї програми, які поки що не виконані. Я знаю. Вони щодня вказують мені шлях. Дають енергію, щоб втілити мою мрію. Я хочу передати наступному Президенту України ось цю програму, де кожен пункт буде відзначений галочкою як виконаний. І щиро сказати вам: Дорогі українці! Мені перед вами не соромно. Це мрія.* (Послання В. Зеленського до Верховної Ради про внутрішнє та зовнішнє становище України, 20.10.2020). При цьому обов'язкові оцінки виконання таких програмних положень є позитивними.

На нашу думку, в президентському дискурсі для КС самопрезентації характерно і вживання так званих МІ-форм інклюзивного типу, завдяки яким президент об'єднує себе з адресатом, напр.: *І час уже змінити самосприйняття й мислення. Ми не жертва, не пригнічені, не розділені, не захоплені. Ми прекрасний, сильний, сміливий, розумний, талановитий народ. Непереможний* (Звернення В. Зеленського з нагоди Дня гідності і свободи, 21.11.2021). Але специфікою такого вживання є надання позитивних оцінок і президентові як частині народу, і власне адресатам. Загалом саме семантичний параметр є визначальним у виокремленні КС самопрезентації, а граматичний йому підпорядковується.

2. **Стратегія консолідації** характеризується актуалізацією ролі народу в державі, в презентації спільних дій та потрактуванні у промовах президента народу як потужною об'єднаної сили, напр.: *А всі ми – громадяни України. Збірна України. Одна команда. Сильна, бо в ній 25 регіонів – 25 незамінних гравців. І непереможна, коли усвідомлює, що ми непереможні, що кожен потрібен* (Промова В. Зеленського з нагоди 30-річчя Незалежності України, 24.08.2021). Мовними маркерами стратегії консолідації є граматичні дієслівні форми множини та займенники *ми, наш, всі, кожен*. Серед лексичних засобів варто відзначити слова із семантикою об'єднання: *єдиний, спільний, разом*.



Для посилення впливу на адресатів під час використання цієї стратегії фіксуємо синтаксичний паралелізм, напр.: *Ми* будемо свій дім на землі, де жили й будували наші предки. *Ми* не в гостях і не в приймах. *Ми* – молода родина зі славетної династії Київської Русі – України (Промова В. Зеленського з нагоди 30-річчя Незалежності України, 24.08.2021). При цьому повторюваними елементами слугують саме вербальні маркери КС консолідації.

Для українського президентського дискурсу останніх років стратегія консолідації передбачає використання етнонімів: у такий спосіб мовець вказує на єднання різних національностей, напр.: *Різномовні. Волиняни, одесити, галицькі, дніпровські, закарпатці, буковинці. І с крестиком, и с полумесяцем, и со звездой Давида. З Харкова, з Тернополя, з Кривого Рогу, з Івано-Франківська. Черкаси, Вінниця, Миколаїв, Чернігів, Суми, Херсон, Хмельницький, Запоріжжя. З Києва. С Донбасса, с Луганщины, из Крыма. Всі. Різні. Але українці й українки. Захисники й захисниці. Всі, хто знає: треба бути гідним, а не здаватись* (Звернення В. Зеленського з нагоди Дня гідності і свободи, 21.11.2021). Перелік топонімів, етнонімів в умовах війни та порушення територіальної цілісності країни посилює семантику об'єднання.

3. *Стратегія агональності* характеризується актуалізацією змагальності. Президент апелює до різних політичних сил, переважно конкретно нікого не називаючи, та просуває свою політичну позицію як єдино правильну, напр.: *Для тих, хто спробує розгойдати, переконати, переламати або домовитися з депутатами парламенту щодо цього закону, у мене буде одне запитання. Це запитання щодо статусів олігархів, яке буде винесено на всеукраїнський референдум. Це питання буде першим. А для когось, можливо, останнім* (Звернення В. Зеленського за результатами засідання Ради національної безпеки і оборони, 4.07.2021). Агональність набуває особливого значення під час спілкування з опозицією та під час звернень до Верховної Ради.

Крім того, найбільшою мірою цю стратегію представлено в межах виборчого дискурсу, зокрема у протистоянні чинного і колишнього президентів України, напр.: *Анонсований телеміст – це просто дешевий, але небезпечний піар-хід перед виборами, мета якого – знову поділити нас, українців, на два табори* (Звернення В. Зеленського, 8.07.2019). Іntenція мовця тут зумовлена прагненням перемогти не лише на виборах, які вже відбулися, а й у вподобаннях виборців. Вважаємо, що у президентському дискурсі В. Зеленського це протистояння є характерною рисою КС агональності.

Крім того, агональність виражається і в комунікативній позиції президента як незалежного «експерта» або «рефері», напр.: *Задумайтесь: і так звані проєвропейські, і так звані проросійські політики прекрасно і мирно живуть одне з одним по сусідству у відомому селі під Києвом. І після показових потасовок у Верховній Раді та перепалок у студіях політичних ток-шоу вони спокійно збираються за триметровим парканом чийогось маєтку та піднімають келихи з дорогим віскі. Яке коштує, як три ваші місячні зарплати* (Звернення В. Зе-

ленського, 8.07.2019). У такому разі мовець вказує на агональність політичного дискурсу, але себе до нього не уналежнює.

4. **Стратегія аргументативності** характеризується раціональністю, логічністю, доказовістю та передбачає наведення фактичної інформації й переконливих аргументів. Вербальними маркерами КС аргументативності є цифрові дані, прізвища, дати тощо, напр.: *Облікова ставка Національного банку України з 17% у квітні 19-го року знижена до рекордних за історію 6%. Що це дає? Це іпотека на житло не під 25%, а під 10% і менше. За один рік. Уявіть собі. Вона вже з'явилася. Це кредити бізнесу не під 20%, а під 5, 7, 9%. До речі, менше ніж за рік за програмою 5–7–9 малий та середній бізнеси вже отримали понад 10 мільярдів гривень* (Послання В. Зеленського до Верховної Ради про внутрішнє та зовнішнє становище України, 20.10.2020).

Крім того, для цієї КС характерна наявність причинно-наслідкового зв'язку, що виражається за допомогою складнопідрядних речень, напр.: *Подивіться або уявіть зараз наш прапор. Уявіть, що в ньому немає жовтого кольору. А тепер уявіть, що в ньому немає синього. Погодьтеся, поодиноці – це просто кольори* (Промова В. Зеленського з нагоди 30-річчя Незалежності України, 24.08.2021). У такому разі аргументація представлена за однією зі схем міркувань – дедукції, індукції чи аналогії. Саме аналогія належить до поширених прийомів аргументації в президентському дискурсі, напр.: *Можна констатувати, що цей локдаун виправдав себе, і, що важливо, він був достатньо коротким за часом і достатньо ліберальним, якщо порівнювати з іншими країнами Європи* (Звернення В. Зеленського щодо початку вакцинації від COVID-19, 25.01.2021). У цьому прикладі зіставлено ситуацією в Україні і Європі за аналогією.

5. **Стратегія дискредитації** характерна для конфліктного спілкування, тому використовується переважно у комунікації з опозицією або скерована в бік зовнішніх ворогів. У промовах В. Зеленського стратегію дискредитацію залучено переважно в тих комунікативних ситуаціях, коли йдеться про критиків влади або політичні сили, що підтримують колишнього президента П. Порошенка, напр.: *Окремо щодо «страшилок» міністерства і багатьох діячів і політиків про закриття шахт. Вкотре наголошую: закрити шахту – не означає закрити питання* (Виступ В. Зеленського на позачерговому засіданні Верховної Ради, 4.03.2020). Мовними маркерами в такому разі є лексеми «деякі політики», «хтось», «дехто», тобто слова, що вказують на неозначеного адресата. Звинувачень чи образ, що уналежнено до тактик КС дискредитації, у президентському дискурсі немає, натомість переважають імпліцитні засоби – натяки, іронія, сарказм.

Відсутність конкретних імен та прізвищ не заважає адресатам розуміти, кого саме має на увазі мовець, напр.: *Також справедливу й законну реакцію з боку України мають отримати й ті, хто вважає, що не у держави, а в приватних руках може опинитися контрольний пакет акцій над стратегічними обо-*

ронними підприємствами України, зокрема «Мотор Січ», а також можуть привласнюватися землі та надра, які належать народу України (Звернення Президента України щодо останніх рішень РНБО, 12.03.2021). Вказівка на певну ситуацію або характеристика подій, що їй передували, допомагає адресату зрозуміти авторську інтенцію.

Мовними засобами реалізації КС дискредитації вважаємо негативно забарвлену лексику, слова із семантикою негативної оцінки, вживання лексем в переносному значенні з негативною конотацією тощо, напр.: *А те, що ООН проігнорувала майданчик для вирішення проблем міжнародного права та окупації, – це якісь нові, ніким не схвалені принципи* (Виступ В. Зеленського на 76-ій сесії Генеральної Асамблеї ООН, 23.09.2021). Тут КС дискредитації скерована в бік ООН, тому обрано імпліцитні мовні засоби.

6. *Стратегія маніпулятивності* характеризується підвищеною емоційністю, спрямуванням на некритичне сприйняття інформації адресатами, зверненням до базових потреб і підсвідомості реципієнтів. Насамперед КС маніпулятивності використовують у ситуаціях емоційного піднесення або емоційного напруження, напр.: *У цей день ми сповнені емоціями та спустошені водночас. Ми запалюємо свічку й відчуваємо мороз по шкірі. У цей день ми плачемо так тихо, що стає чути навіть наше мовчання* (Промова В. Зеленського з нагоди Дня пам'яті жертв Голодомора, 21.11.2021).

Для українського президентського дискурсу одним з частотних інформаційних приводів у межах КС маніпулятивності є військова агресія РФ, напр.: *Крим був серцем України. Сонячним, добрим, світлим. Сім років тому у нас вирвали серце. Ми ніколи не забудемо, хто це зробив, і ніколи не забудемо, хто дозволив це зробити. Дехто переконував, що вирвав наше серце законно та ввічливо. А тепер, стискаючи його в руках, щиро дивується, чому Україна ображена, чому не хоче мати добрих відносин, чому стільки ненависті, чому Україна не може цього забути й пробачити...* (Звернення В. Зеленського з нагоди Дня спротиву окупації АР Крим та міста Севастополя, 26.02.2021). Мовними маркерами маніпуляцій у цьому разі є лексеми *війна, смерть, окупація, ненависть* тощо. У наведеному прикладі фіксуємо яскраву метафору, що також характерно для маніпулятивних технологій.

КС маніпулятивності послуговується і граматичними засобами, зокрема риторичними питаннями та окличними реченнями, напр.: *Пора прокидатись? Чесно – Україна не засинала. Це складно зробити під звуки вибухів, під звуки пострілів, які лунають на нашому окупованому Донбасі восьмий рік поспіль* (Виступ В. Зеленського на 76-ій сесії Генеральної Асамблеї ООН, 23.09.2021). Поєднання лексичних та граматичних засобів посилює в таких випадках вербальний вплив на адресата.

7. *Стратегія авторитетності* характеризується наявністю покликань на джерела – відомих осіб, прецедентні тексти чи ситуації, – що підвищує переконливість президентського дискурсу. Насамперед зараховуємо сюди цитуван-

ня висловів відомих політиків, письменників, художників та ін., напр.: *Всім відомі слова Вацлава Гавела: «Краще п'ять років помилок, ніж 50 років саботажу». Так, ми робимо помилки, багато. Але ми готові визнавати їх та виправляти* (Виступ В. Зеленського на позачерговому засіданні Верховної Ради, 4.03.2020). Здебільшого для політичного дискурсу загалом характерно подання цитат з атрибуцією: мовець спирається на підготовлений для нього текст, тому повинен орієнтуватися в джерельній базі. Крім того, адресати також часто потребують декодування джерельною базою цитат, тому їхня атрибуція є цілком виправданою, напр.: *«Я поклявся кров обмити з ран твоїх, народе мій...».* Цими словами починається гімн кримськотатарського народу (Звернення В. Зеленського з нагоди Дня пам'яті жертв геноциду кримськотатарського народу, 18.05.2021).

У промовах В. Зеленського частотним є звернення до прецедентних феноменів – висловлювань, текстів, імен і ситуацій, переважно в комплексі, напр.: *Коли Україною прокотилася хвиля арештів творчої молоді, на прем'єрі «Тіней забутих предків» Параджанова він піднявся і сказав: «Усі, хто проти арештів, встаньте». Кілька людей піднялося, потім більше, потім більше. Не всі. Але й не один. Стус знав, що зробивши це, може втратити свободу. Але знав, що не зробивши, точно втратить гідність* (Звернення В. Зеленського з нагоди Дня гідності і свободи, 21.11.2021). Тут описано прецедентну ситуацію, а також вжито номінації прецедентних імен і текстів.

Прецедентні феномени загалом найпоширеніший засіб реалізації КС авторитетності в президентському дискурсі, оскільки вони розраховані на пересічного реципієнта, напр.: *Вийшовши на «Арсенальній», взявши каву та пройшовши кількасот метрів, ми бачимо церкву Спаса на Берестові, яка вперше згадується в 1072 році і є об'єктом Світової спадщини ЮНЕСКО. У ній похований син Володимира Мономаха і праправнук Володимира Юрій Долгорукий. Великий князь Київський. Засновник Москви* (Звернення В. Зеленського з нагоди Дня Хрещення Київської Русі – України, 28.07.2021). Історичні екскурси, цитування літературних джерел, згадування знакових постатей – все це надає президентському дискурсу авторитетності.

8. **Стратегія декларативності** характеризується наданням безпідставних обіцянок і гучних заяв, що є нереальними для виконання. Насамперед такі обіцянки стосуються нематеріальних і неконкретних ситуацій, напр.: *Ми більше ніколи й нікому не подаруємо жодного камінчика нашої історії, не дамо «окупувати» жодну сторінку нашої історії, «анексувати» наших письменників, наших науковців, наших спортсменів, наших героїв, які перемагали нацизм* (Промова В. Зеленського з нагоди 30-річчя Незалежності України, 24.08.2021). У цьому випадку комісиви відсутні, але інтенція мовця – пообіцяти адресатам те, чого вони прагнуть. Мовними маркерами декларативності тут слугують заперечні займенники *ніколи, ніхто, жодний*.

Обіцянка є основною комунікативною тактикою стратегії декларативності, напр.: *Давайте покажемо, що ми рішуче налаштовані докласти всіх зусиль, щоб посилити нашу взаємодію?! Покажемо. І просто зробимо. Навіть без резолюцій, декларацій, узгоджень позицій. А просто зробимо* (Виступ В. Зеленського на 76-ій сесії Генеральної Асамблеї ООН, 23.09.2021). Для реалізації декларативності також використовують повтори, окличні речення тощо. Мовець дає глобальні обіцянки, які нереально виконати, часто популістського змісту.

9. *Стратегія спонукання* характеризується експліцитним зверненням до адресата із закличками до певних дій, тому має виражений перформативний характер, напр.: *Закликаю вас підтримати оновлені резолюції щодо ситуації з правами людини в окупованому Криму та мілітаризації нашого українського окупованого півострова, які будуть винесені на розгляд Генеральної Асамблеї до кінця року* (Виступ В. Зеленського на 76-ій сесії Генеральної Асамблеї ООН, 23.09.2021). Вживання перформативів посилює спонукання та перетворює його на потужну мовленнєву дію, а мовець сприймається адресатами як переконливий оратор. Зважаючи на це, основним мовним засобом вираження спонукальності є дієслівна форма 1-ої особи однини теперішнього часу, властива перформативам, напр.: *Я закликаю всіх народних депутатів – дайте нарешті українцям реальний механізм, щоб формувати основні завдання для влади, впливати на рішення, відчувати свою причетність до змін* (Послання В. Зеленського до Верховної Ради про внутрішнє та зовнішнє становище України, 20.10.2020); *І я запрошую всі ці країни приєднатися до спільної декларації учасників Кримської платформи, засудивши окупацію й показавши, що ви – проти силової зміни кордонів у світі* (Виступ В. Зеленського на 76-ій сесії Генеральної Асамблеї ООН, 23.09.2021). Використання імперативів, що передбачають вживання граматичних форм наказового способу, є менш частотним у президентському дискурсі.

10. *Стратегія ритуальності* характеризується актуалізацією етикетного спілкування та залученням ритуальних мовленнєвих актів привітання, подяки, співчуття тощо, напр.: *Я дякую всім державам, які цьогоріч згадали Україну у своїх виступах тут* (Виступ В. Зеленського на 76-ій сесії Генеральної Асамблеї ООН, 23.09.2021). Перформативні дієслова, вжиті в ритуальних промовах, актуалізують дієвий потенціал ритуальних текстів.

Частотним є використання КС ритуальності під час урочистих подій, що потребують за протоколом відповідної реакції глави держави – державні свята, релігійні свята, урочистості, річниці тощо. При цьому майже всі президентські виступи містять ритуальні мовленнєві акти побажань, напр.: *Наостанок, шановні громадяни, традиційно бажаю всім вам міцного здоров'я, 36 і 6 і класної, не чорної, а сонячної, легкої, приємної суботи та неділі. Власне, як і всіх інших днів тижня. Бережіть себе, своїх близьких та нашу Україну!* (Звернення В. Зеленського щодо рішень РНБО, ситуації на Донбасі та підтримки України з боку США. 2.04.2021); *Бажаю усім міцного здоров'я, миру і віри у свої май-*



*бутні перемоги* (Вітання В. Зеленського з нагоди Дня фізичної культури і спорту, 11.09.2021). При цьому це не залежить від мовленнєвого жанру промови.

**Висновки і перспективи дослідження.** Проаналізувавши виступи Президента України В. Зеленського, ми виокремили наступні комунікативні стратегії президентського дискурсу: самопрезентації, консолідації, агональності, аргументативності, дискредитації, маніпулятивності, авторитетності, декларативності, спонування і ритуальності. Отже, цими стратегіями представлено основний вектор комунікативної поведінки в президентському дискурсі. Перспективи дослідження полягають у розробленні типології комунікативних стратегій в українському президентському дискурсі загалом, на матеріалі промов усіх українських президентів.

### Література

1. Артюхова, А. А. (2014). Коммуникативные стратегии и тактики в митинговой речи. *Научный вестник ДДПУ имени И. Франка. Серия «Филологические науки»*. Мовознавство, 2, 5–9.
2. Карякин, А. В. (2010). *Стратегическо-тактические способы реализации речевой агрессии в политическом дискурсе (на материале немецкого языка)*. [Автореферат дисс. на соискание ученой степени канд. филол. н].
3. Михалева, О. Л. (2009). *Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия*. Книжный дом «ЛИБРОКОМ».
4. Паршина, О. Н. (2007). *Российская политическая речь: Теория и практика*. Изд-во ЛКИ.
5. Петлюченко, Н. В. (2009). *Харизматика: мовна особистість і дискурс*. Астропринт.
6. Промови і звернення президента України. URL: <https://goo.su/9Lgk>
7. Славова, Л. Л. (2012). *Мовна особистість лідера у дзеркалі політичної лінгвоперсоналогії: США – Україна*. Вид-во ЖДУ ім. І. Франка.
8. Чорна, О. О. (2012). *Комунікативні засоби творення іміджу політичного лідера (на матеріалі українського, російського та англійського політичного дискурсу)*. [Дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук].

### References

1. Artyukhova, A. A. (2014). Communicative strategies and tactics in a rally speech. [Kommunikativnye strategii i taktiki v mitingovoy rechi]. *Naukoviy visnik DDPU imeni I. Franka. Seriya «Filologichni nauki»*. *Movoznavstvo*, 2, 5–9. [In Russian].
2. Karyakin, A. V. (2010). Strategic-tactical ways of realizing speech aggression in political discourse (on the material of the German language). [Stratagemno-takticheskie sposoby realizatsii rechevoy agressii v politicheskom diskurse (na materiale nemetskogo yazyka)]. [Avtoreferat diss. na soiskanie uchenoy stepeni kand. filol. n]. [In Russian].
3. Mikhaleva, O. L. (2009). Political discourse: The specifics of manipulative influence. [Politicheskiy diskurs: Spetsifika manipulyativnogo vozdeystviya]. Knizhnyy dom «LIBROKOM». [In Russian].
4. Parshina, O. N. (2007). Russian political speech: Theory and practice. [Rossiyskaya politicheskaya rech': Teoriya i praktika]. Izd-vo LKI. [In Russian].
5. Petliuchenko, N. V. (2009). Charisma: linguistic personality and discourse. [Kharyzmatyka: movna osobystist i dyskurs]. Astroprint. [In Russian].
6. Speeches and addresses of the President of Ukraine. [Promovy i zvernennia prezydenta Ukrainy]. URL: <https://goo.su/9Lgk> [In Ukrainian].
7. Slavova, L. L. (2012). Linguistic personality of the leader in the mirror of political linguistics: USA – Ukraine. [Movna osobystist lidera u dzerkali politychnoi linhvopersonolohii: SShA – Ukraina]. Vyd-vo ZhDU im. I. Franka. [In Ukrainian].
8. Chorna, O. O. (2012). Communicative means of creating the image of a political leader (based on Ukrainian, Russian and English political discourse). [Komunikatyvni zasoby tvorennia imidzhu politychnoho lidera (na materialy ukrainskoho, rosiiskoho ta anhliiskoho politychnoho dyskursu)]. [Dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk]. [In Ukrainian].

**Zavalska L. V.**

## **COMMUNICATIVE STRATEGIES OF PRESIDENTIAL DISCOURSE (BASED ON SPEECHES BY V. ZELENSKY)**

*The research is performed in the linguopragmatic aspect, which involves the actualization of the communicative interaction of the speaker and the recipient in different types of discourse. The object of analysis was the presidential discourse as a manifestation of political discourse. The public speeches and addresses of the President of Ukraine Volodymyr Zelensky delivered in 2019–2021 are considered. The concept of communicative strategy as the main parameter of communicative interaction is defined and the approaches of linguists to this concept are generalized. The texts of presidential speeches are analyzed and the main communication strategies are singled out. A typology of strategies is proposed, which includes self-presentation, consolidation, agony, argumentation, discrediting, manipulateness, authority, declarativeness, motivation and ritual. Each of the strategies is described based on illustrative material and characteristic features of the speaker's communicative behavior.*

**Key words:** *presidential discourse, political discourse, communicative strategy, communicative interaction, intention.*

УДК 81'42:316.775.2:811.161.2

**А. М. Кіщенко**

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри прикладної лінгвістики  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова  
[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251840](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251840)

## **ВСТАВЛЕНІ СИНТАКСИЧНІ КОНСТРУКЦІЇ ЯК РЕПРЕЗЕНТАНТИ КАТЕГОРІЇ АДРЕСАНТНОСТІ В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ**

*Статтю присвячено аналізу синтаксичних засобів репрезентації комунікативної позиції адресанта в сучасному українському художньому тексті. Розглянуто один із засобів вираження модальності – вставлені конструкції, що є маркерами авторського мовлення. Визначено категорію адресантності як особливий параметр художнього текстотворення. Схарактеризовано взаємозв'язки категорії адресантності з іншими категоріями художнього тексту. Проаналізовано особливості вживання вставлених синтаксичних конструкцій сучасними українськими письменниками насамперед у функційному аспекті. Представлено різні типи оповіді в художньому тексті та простежено використання в них вставлених синтаксичних конструкцій.*

**Ключові слова:** художній текст, категорія адресантності, адресант, синтаксичні засоби, вставлені конструкції.

**Постановка проблеми.** Дослідження категорії адресантності здебільшого ґрунтується на лексичних засобах її вираження, натомість синтаксичний рівень художнього тексту, що представляє мовця, потребує окремого вивчення. Вставлені синтаксичні конструкції, що традиційно розглядали як вираження категорії суб'єктивної модальності, відповідно до комунікативно-дискурсивного підходу необхідно інтерпретувати у зв'язку з вираженням ними категорії адресантності. Саме вставлені конструкції дають змогу утворити різні семантичні рівні сучасного художнього тексту та посилити його варіативність у сприйнятті читачами. Комунікативна позиція автора в сучасних дослідженнях часто залишається поза увагою, оскільки перевага надається активній позиції читача. Утім, для сучасного художнього тексту авторська комунікативна роль є не менш важливою.

**Ступінь дослідження проблеми у мовознавстві.** У сучасній лінгвістиці тексту образ автора переважно розглядають у межах інших текстових категорій: дослідники тлумачать роль мовця в тексті в межах категорії суб'єктивної модальності, суб'єктності, інтерсуб'єктності, персональності, антропоцентричності тощо. Т. Єщенко вважає, що саме адресант «концентрує всі категорії тексту, зокрема когезію, часовий і просторовий континуум, що є організувальною силою, яка інтегрує його окремі частини, пронизує текст єдиним світо-



глядом, визначає його композиційно-структурну форму» [2, с. 103]. Окремі аспекти категорії адресантності вивчено в межах дослідження образу автора (В. Виноградов, Ю. Лотман, Р. Барт, В. Кухаренко та ін.), категорії діалогічності (Т. Винокур, Н. Кондратенко, О. Селіванова та ін.), категорії персональності (Н. Ясакова, О. Кितिця та ін.). Як окремий предмет аналізу категорія адресантності представлена в наукових розвідках С. Бибики, І. Колегаєвої, О. Сєнічевої та ін.

На думку А.П. Загнітка, адресант у ХТ виконує такі функції: відображає власну позицію, суб'єктивний план «образу автора» та виконує роль оповідача [3, с. 53]. Позиція адресанта в сучасному ХТ є визначальною, проте і роль адресата збільшена порівняно з традиційними формами і жанрами прозових текстів. Можна говорити про спільну діяльність адресанта та адресата з інтерпретації тексту. Ми виокремлюємо категорію адресантності як як один з виявів антропоцентричності, який охоплює вербальні вияви комунікативної позиції мовця – автора, оповідача і персонажа, представлені в основному і допоміжному тексті художнього твору.

**Мета дослідження** полягає в аналізі вставлених синтаксичних конструкцій як вербальних репрезентантів категорії адресантності в сучасному українському художньому тексті.

**Об'єктом** дослідження є український художній текст початку ХХІ століття, а **предметом** – вербальні засоби вираження категорії адресантності.

**Матеріалом** для аналізу слугували твори сучасних українських письменників Ю. Андруховича, О. Забужко, Ю. Іздрика, І. Карпи та ін.

**Виклад основного дослідження.** Серед ускладнень синтаксичної будови речень особливе місце в сучасному художньому тексті (далі – ХТ) належить вставленим синтаксичним конструкціям – словам, словосполученням і реченням. Як маркері категорії адресантності вставлені конструкції призначені передавати додаткову інформацію, авторські коментарі або уточнення. І. Дегтярьова зазначає: «За допомогою вставлених конструкцій у постмодерністській прозі виражаються обставини дії чи події (які відбуваються одночасно з основною дією, передували їй чи відбудуться в майбутньому), розкривається внутрішній світ героїв, їх психічний стан, стосунки з оточуючими, людино- та світосприйняття, вводиться пряма, непряма, невласне пряма мова іншої діючої особи, автора, експлікуються емоції та ставлення автора до зображуваних подій та суб'єктів» [1, с. 156]. У такий спосіб категорію адресантності поєднано з категорією модальності, що експлікує ставлення суб'єкта мовлення до повідомлення, а, отже, пов'язана з адресантністю і реалізується передусім на синтаксичному рівні – вставленими конструкціями із модальною семантикою.

У сучасній художній прозі тексти рясніють вставленими синтаксичними конструкціями, поміж яких виокремлюємо передусім такі, що передають комунікативну взаємодію автора з потенційним читачем, напр.: *Роман (я б уважав його повістю) називався «Ієрархії пташиних зграй» і розповідав про по-*

шуки певним фоторепортером свого двійника в глухому карпатському селі (Ю. Іздрік АМ™); *Наступного (слово закреслене) ти опинився в Гранд-готелі* (Ю. Іздрік. Воццек). Мовець-автор висловлює в таких випадках комунікативну позицію реального автора, що збігається з позицією внутрішнього текстового автора. Безумовно, реальний автор не є тотожним комунікативній ролі автора, представленого в тексті, однак мовець звертається в такий спосіб до читачів, до потенційних адресатів, які є основним суб'єктом художньої комунікації разом з автором. У цих випадках ми спостерігаємо експлікацію авторського сприйняття тексту: адресант поєднує комунікативну позицію внутрішньотекстового автора й оповідача, а його креативна діяльність репрезентована за допомогою вставлених конструкцій.

Вставлені синтаксичні конструкції, на нашу думку, виконують функції своєрідних внутрішньотекстових ремарок. У драматургійному дискурсі вони доповнюють мовлення персонажів, та «відповідають двом режимам ведення діалогу: реплікування й нарації» [5, с. 78]. У цьому разі вставлені конструкції є репрезентантами комунікативних зав'язків мовця-автора і читача, напр.: *І Стіна перестала бути стіною, а стала Світляними Сходами, і вони провадили – як це не дивно – вгору. (Уявімо собі, що все сталося саме так. Бо що залишається нам? Тіло на докупі зсунутих письмових столах?). Тієї самої миті Артур Пепа кладе долоню на Ромин теплий вигин* (Ю. Андрухович. Дванадцять обручів). Настанова на взаємодію з читачем посилена за допомогою використання форми доконаного виду 1-ої особи множини на позначення майбутніх дій. Ця граматична форма передає заклик на сумісних дій автора і читача, вона є маркером комунікативної взаємодії мовця та адресата.

Вставлені конструкції в сучасній прозі становлять цілісні мікротексти, що часто мають слабкі семантичні зв'язки з основним текстом твору. Вони мають характер інтродукцій або авторських відступів, що не стільки розкривають зміст основного тексту, скільки скеровані на безпосередньо взаємодію з читачем, напр.: *(Тут маленький відступ: згадалось, як один російський поет, перекладаючи мій вірш про забруднене простирадло і чистоту ангелів, загруз на тому ж таки дієслові «кохатися» і мусив роздвоюватися поміж «занимається любовью» та «занимається сексом». Невже росіяни, як ангели? І вони не кохаються? Чому в них немає такого слова?)* (Ю. Андрухович. Лексикон таємних міст). Обсяг таких мікротекстів може навіть перевищувати обсяг основного тексту. У таких випадках можна говорити про домінування категорії адресантності та пріоритеті комунікативної взаємодії автора з читачем на противагу опису та оповіді в художньому дискурсі.

А. Загнітко, аналізуючи семантику і прагматику вставлених конструкцій у художньому тексті, зазначає, що вони є перехідними між реченням і текстом, наголошуючи на правомірності їх потрактування як «речень-текстів, особливістю яких виступає поліінформативна насиченість і концентрація різногатурних об'єктивних смислів» [4, с. 261]. Цьому ефекту сприяє й використання

надмірних вставлених конструкцій, побудованих за принципом «мотрійки», коли кожний із вставлених компонентів містить наступний і далі без обмежень, напр.: *Сестра перелякалася й побігла за лікарем (зображення справді виглядало вже дуже блідим, немов вибілене часом (часу, який ми проводимо в delirium, цілком достатньо, аби вибілити пам'ять, та замало, щоб відбити біль), але якщо сфокусувати погляд на ділянках, де не було плям від сонця – плями на сонці, плями під сонцем, рожевому довіряй, плям більше не май! – можна було побачити все ту ж галіму «Ар Кастра» з її сонцекльошними сюжетами і рекламою золотого дощу)* (Ю. Издрик АМ™). Наявність кількох взаємопроникливих вставлень створює ефект семантичної багатшаровості, при цьому ця багатшаровість має не лінійну, а ієрархічну природу, оскільки кожне вставлення «занурює» читача ще глибше в структуру тексту. У такий спосіб реалізовано комунікативну роль автора та реалізовано адресантність як на рівні реалізації інтенції мовця.

Використання багатшарових текстових утворень дає змогу поєднати різні типи оповіді – власне наратив, непряме авторське і персонажне мовлення, напр.: *Коли літак нарешті набрав висоти (чим довшали хвилини затримки відльоту, тим більше Редька вірила, що зараз у літак вломляться і витягнуть її за шкірку), а споживач зайнявся нетерплячим очікуванням шарових снєків і холодних напоїв із возика блакитноокої стюардеси («Девушка, шо, даже піва нет? Как – за дєньгі?!»), Редька вирішила перепакувати гроші з коробки в наплічник* (І. Карпа. Піца Гімалаї). У такий спосіб вставлені конструкції не лише виконують роль передавання додаткових повідомлень, що є для них основним призначенням, а й вносять в оповідь елементи діалогізму та поєднують різні ракурси зображення художньої дійсності – насамперед з позиції оповідача і персонажів. Звідси не можна не погодитися з І. Дегтярьовою, яка вважає, що «у синтаксичних побудовах зі вставленими одиницями можливо поєднувати різні суб'єктно-мовленнєві плани.

Вставлені конструкції можуть є засобом діалогічності та поліфонії сучасної прози – вираження думки, голосу, реакції, запитання, відповіді не мовця, а іншого співрозмовника (реального або уявного), автора засобом відокремлення у вставлену конструкцію. У художньому тексті різні форми й способи передачі чужого мовлення тісно переплетені й взаємодіють на рівні синтаксичної структури. Таким чином, вставлені конструкції вбирають у себе пряму мову, не-власне пряму мову, внутрішнє мовлення» [1, с. 158]. При цьому вставлені конструкції є різноструктурними, в межах одного речення часто поєднано і слова, і словосполучення, і речення вставленого типу, напр.: *Але то було найкраще помешкання за все їх спільне життя (цікаво, скільки тижнів воно налічувало в сумі?), бо було добре (біле, сухе) французьке вино, збоченський салат, швейцарський ніж, сільські помідори, буржуйський камамбер, католицький молитовник, плацкарт до Києва, бельгійський шоколад, чернігівсько-львівсько-баварське (Шиво), неаполітанський кекс, львівська кава, Замкова гора, Куль-*

*парківська вулиця, сихівські діяхронізми і ще щось, що вони обов'язково мали забути по від'їзді з готелю* (І. Карпа. 50 хвилин трави). За таких умов базова синтаксична конструкція – просте або складне речення – «розривається вставленими конструкціями, що його членують, подрібнюють. На нашу думку, тут реалізовано постмодерністський принцип нонсекції (Д. Фоккема [6]), що вказує на хаотичність художнього світу, його членованість, фрагментарність. І за таких умов ХТ також постає фрагментованим, реалізуючи принцип нон-секції.

В іншому випадку вставлена синтаксична конструкція, навпаки, охоплює багатокомпонентну предикативну побудову, є великою за обсягом й утворює цілісний комплекс у межах ХТ, напр.: *(В натягові брижів круг рота мужчины болісно проблимує щось знайоме, як дежавю або сон, якого не можеш згадати вранці, я мусила бачити в тебе такий самий вираз – мигцем, потойбічним коротким подувом по обличчю: пронеслось і нема, привіт од небіжчика, котрий хіба в такий спосіб ще й годен вряди-годи нагадати про себе, і коли придивитися гаразд, а чим же ще, по-твоєму, я тут цілий час так ненаситно й займаюся, то в багатьох обличчях можна спостерегти щось від тебе – щось невловно видозмінене, проте спільне їм усім, ніби кинутий на них плямами посвіт невидимого ліхтарика вихоплює тебе то у випадковому заломі рис, то в повороті голови: от-от воно, майже зійшлося, але знову тільки «майже», і сон невпізнання триває, і помалу-малу кошмарнуватіє, наче я переслідую втікаючого привида...)* (О. Забужко. Музей покинутих секретів). Вважати такі вставлення додатковими щодо основного змісту не можна, тому що їх елімінація з тексту знищила б основний зміст. Такі комплекси, на нашу думку, є конструктивними елементами сучасного ХТ, вони виконують текстотвірну функцію, а автор у такий спосіб змінює статус додаткових повідомлень на основний. Те, що традиційно сприймалося як другорядне, неважливе повідомлення постає як основне, а вставлені конструкції домінують над основним текстом.

Отже, вставлені конструкції не лише виконують роль передавання додаткових повідомлень, що є для них основним призначенням, а й вносять в оповідь елементи діалогізму та поєднують різні ракурси зображення художньої дійсності – насамперед з позиції оповідача і персонажів, що вказує на ризоматичний характер представлення художньої дійсності.

**Висновки і перспективи дослідження.** Категорія модальності експлікує ставлення суб'єкта мовлення до повідомлення, а, отже, пов'язана з адресантністю. Вона реалізується на синтаксичному рівні – вставленими конструкціями із модальною семантикою. У сучасній прозі вставлені синтаксичні конструкції є перехідними одиницями між реченням і текстом, це речення-тексти, «особливістю яких виступає поліінформативна насиченість і концентрація різногатурних об'єктивних смислів» (А. Загнітко). Використання багатовимірних текстових утворень дає змогу поєднати різні типи оповіді – власне наратив, непряме авторське і персонажне мовлення.

## Література

1. Дегтярєва, І. О. (2009). *Стилістичний потенціал української постмодерністської прози* [Дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук].
2. Єщенко, Т. А. (2021). *Феномен художнього тексту: комунікативний, семантичний і прагматичний аспекти* (монографія). Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького.
3. Загнітко, А. П. (2007). *Лінгвістика тексту: Теорія і практикум* (наук.-навч. посібник). Юго-Восток.
4. Загнітко, А. П. (2001). *Теоретична граматика української мови: Синтаксис*. ДонНУ.
5. Корольова, В. В. (2016). *Комунікативно-прагматична організація сучасної української драми* (монографія). Ліра.
6. Fokkema, D. W. (1986). The semantic and syntactic organization of postmodernist texts. *Approaching postmodernism*, 81–98.

## References

1. Dehtiarova, I. O. (2009). *Stylistic Potential of Ukrainian Postmodern Prose* [Stylistychnyi potentsial ukrainiskoi postmodernistskoi prozy] [Dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk].
2. Yeshchenko, T. A. (2021). *The Phenomenon of Artistic Text: Communicative, Semantic and Pragmatic Aspects* [Fenomen khudozhnoho tekstu: komunikatyvnyi, semantychnyi i prahmatychnyi aspekty] (monohrafiia). Lvivskiy natsionalnyi medychnyi universytet imeni Danyla Halyskoho.
3. Zahnitko, A. P. (2007). *Linguistics of the Text: Theory and Practicum* [Linhvistyka tekstu: Teoriia i praktykum] (nauk.-navch. posibnyk). Yuho-Vostok.
4. Zahnitko, A. P. (2001). *Theoretical Grammar of the Ukrainian Language: Syntax* [Teoretychna hramatyka ukrainiskoi movy: Syntaksys]. DonNU.
5. Korolova, V. V. (2016). *Communicative and Pragmatic Organization of Modern Ukrainian Drama* [Komunikatyvno-prahmatychna orhanizatsiia suchasnoi ukrainiskoi dramy] (monohrafiia). Lira.
6. Fokkema, D. W. (1986). The semantic and syntactic organization of postmodernist texts. *Approaching postmodernism*, 81–98.

**Kishchenko A. M.**

## INSERTED SYNTACTIC CONSTRUCTIONS AS REPRESENTATIVES OF THE CATEGORY OF ADDRESSABILITY IN ARTISTIC DISCOURSE

*The article is devoted to the analysis of syntactic means of representation of the communicative position of the addressee in the modern Ukrainian literary text. One of the means of expressing modality is considered – inserted constructions that are markers of author's speech. The category of addressability is defined as a special parameter of artistic text creation. The relationship between the category of addressability and other categories of literary text is characterized. The peculiarities of the use of inserted syntactic constructions by modern Ukrainian writers, first of all, in the functional aspect are analyzed. Different types of narratives in the literary text are presented and the use of syntactic constructions inserted in them is traced.*

**Key words:** *artistic text, addressability category, addressee, syntactic means, inserted constructions.*

**УДК 811.161.2'27.373**

**Н. В. Кондратенко**

докторка філологічних наук, професорка,  
завідувачка кафедри прикладної лінгвістики  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

**О. О. Оніщенко**

магістрантка кафедри прикладної лінгвістики  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова  
[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251841](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251841)

### **ТРАНСФОРМАЦІЯ СЕМАНТИКИ ЛЕКСЕМИ «ВОЛОНТЕР» У МЕДІЙНОМУ І МЕРЕЖЕВОМУ ДИСКУРСАХ**

*У статті представлено аналіз вживання лексеми «волонтер» в українських електронних засобах масової інформації і дискурсі соціальних мереж. Визначено специфіку семантичної структури лексеми та її контекстуальне оточення. Представлено комплекс семантичних компонентів, наявних у лексемі «волонтер» у медійному та мережевому дискурсах. У центрі уваги постала лексема «волонтер», значення якої розширилося під впливом позамовних чинників, зокрема в засобах масової інформації і соціальних мережах. Доведено, що в медіадискурсі і соцмережах периферійна семантика потрапляє до ядерної частини значення – «допомога», «безоплатність», «вдячність», «добровільність». У соцмережах периферія значно розширюється через додавання сем «сприяння», «патріотизм», «допомога».*

**Ключові слова:** медійний дискурс, мережевий дискурс, лексичне значення, семантика, лексема.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Засоби масової інформації демонструють загальні тенденції до оновлення лексичного складу мови, зокрема і на рівні актуалізації значень у словах, що давно ввійшли до системи мови. Насамперед це відбувається під дією екстралінгвальних чинників, серед яких чільне місце посідають політичні процеси, події та явища в державі. Лінгвісти зазначають: «Засоби масової інформації є одним із головних джерел поширення інноваційної лексики. Журналісти швидко реагують на зміни, що відбуваються у всіх сферах суспільства, це зумовлює активне використання нових слів у мові матеріалів» [4, с. 206]. В Україні в 2014 році відбулися ґрунтовні політичні зрушення, що спричинило не лише нові президентські вибори, а й трансформацію ролі нашої країни в європейській спільноті. Події 2014 року – анексія Криму, війна на Сході країни – вплинули на появу нового руху всередині країни – волонтерства, що стало синонімом безкорисливої допомоги своїй країні.

**Ступінь дослідження проблеми у мовознавстві.** Волонтерська діяльність як інститут громадянського суспільства є предметом наукових досліджень ві-



тчизняних та зарубіжних учених, таких як М. Бітман, О. Гордилова, М. Кабелкова, Т. Керц, Д. Уїлкінсон та ін. Питання щодо волонтерської діяльності та окремих аспектів державної політики у цій сфері розглядали українські та зарубіжні дослідники, такі як І. Білич, Я. Буздуган, Н. Гарфлетт, Н. Івченко, Т. Лях, Н. Оккенден, К. Сидоренко, Р. Хатчисон та ін. Багаторічний досвід волонтерства проаналізовано в роботах науковців З. Бондаренко, Р. Вайноли, А. Капської, О. Караман, Н. Комарової, В. Кратінової, Н. Ларіонової, А. Пауела, Д. Сміта, О. Песоцької, С. Харченко та ін. Проте в лінгвістиці лексема «волонтер» не ставала предметом спеціального дослідження.

Мова ЗМІ багаторазово ставала предметом лінгвістичних розвідок, при цьому аналіз здійснювали переважно в межах функціональної стилістики з огляду на те, що «тексти ЗМІ підпорядковано нормам публіцистичного стилю, конструктивним принципом якого є чергування стандартних та експресивних одиниць мови» [5, с. 10]. Медіадискурс перебуває і в центрі вітчизняних журналістикознавчих наукових розвідок (А. Мамалига, В. Різун, К. Серажим, М. Феллер та ін.), що стали підґрунтям для формування окремої галузі досліджень тексту – медіалінгвістики.

**Мета дослідження** – виявити специфіку вживання лексеми «волонтер» в дискурсі електронних ЗМІ і соцмережах та простежити динаміку змін її значення.

**Предмет** дослідження – структура значення лексеми «волонтер», **об'єкт** дослідження – медіадискурс і мережевий, де функціонує лексема «волонтер».

**Виклад основного дослідження.** Для виявлення особливостей вживання лексеми «волонтер» у ЗМІ ми проаналізували тексти інформаційних повідомлень українського інтернет-видання «Українська правда» (72 слововживань), інтернет-порталу УкрНет (28 слововживань) і телерадіокомпанії ТСН (34 слововживань) і за період 2014–2021 роки, щоб визначити в якому саме значення використано лексему. Основну увагу приділено публікаціях за останні два роки, оскільки вони ілюструють сучасні тенденції вживання слова. Ми проаналізували загалом 134 контексти, що демонструють вживання лексеми «волонтер» у медіадискурсі.

На думку І. Завальнюк, «мова української преси початку ХХІ ст. перебуває в комунікативно-прагматичній парадигмі, оскільки її витоки – проблема побудови газетного тексту відповідно до комунікативних стратегій автора та інтерпретативних можливостей читача – компетенцією прагматики. Завдання сучасних українських газетних текстів – інформація, вплив, агітація, пропаганда, соціальна орієнтація читачів – також розв'язують на підставі складних прагматичних настанов, передусім інтенцій автора» [1, с. 5]. І. Загоруйко відзначає, що в «сучасному комунікаційному просторі, сформованому комунікативними зв'язками між людьми, групами, різними інститутами, взаємодією різних типів дискурсу, частина спілкування відбувається за допомогою електронної комунікації. Цей вид спілкування складається з трьох учасників:

користувача, комп'ютера, Інтернету (або будь-який віртуальної мережі); для кожного учасника властивий свій дискурс, які об'єднуються віртуальним дискурсом» [2, с. 57]. Для визначення віртуального дискурсу потрібно брати до уваги не просто текст у ситуації спілкування, що відрізняється від безпосереднього контакту специфічним електронним каналом зв'язку, а й враховувати характеристики, закладені в поняття віртуальної реальності. Українські дослідники виокремлюють такі риси віртуального дискурсу: 1) наявність особливого інформаційного простору, який характеризується великою кількістю суб'єктів спілкування в їхній взаємодії; 2) прагматична орієнтація з актуалізацією засадничих категорій – гіпертекст, віртуальний дискурс і жанровий формат; 3) трансформаційний і крос-культурний характер з огляду на існування індивіда в різних реальностях і виконання ним різних ролей; 4) опертя на принципи актуальності, доступності, інтерактивності, автономності та інтертекстуальності; 5) дистантність, тобто опосередкованість у хронотопних параметрах; 6) усно-письмова форма реалізації [3, с. 135–136].

Насамперед зазначимо, що в ЗМІ поширене вживання як лексеми «волонтер», так і похідного фемінітиву «волонтерка», не зафіксованого словниками, напр.: *Волонтерка Катерина Ножевникова про ситуацію в одеських лікарнях* (ТСН, 1.10.2021); *Волонтерка Вікторія опинилась у скруті через хворобу і просить про допомогу* (ТСН, 7.12.2021). Зазначимо, що, на нашу думку, вживання фемінітивів є переважно політику відповідного ЗМІ. Так, фіксуємо і вживання лексеми «волонтер» на позначення жінки, тобто без утворення фемінітивів, напр.: *Партія «Європейська солідарність» під час свого з'їзду висунула військову та волонтера Олену Біленьку, відому як Маруся Звіробій, кандидаткою на довиборах в Раду у 87 окрузі* (УП, 21.01.2021). Проте вважаємо тенденцію до використання фемінітивів – паралельних лексем «волонтер» і «волонтерка» – позитивною, оскільки саме таке вживання актуалізує гендерну характеристику іміджевого характеру.

Загалом в електронних ЗМІ частотність вживання лексеми «волонтер» досить висока, при цьому фіксуємо як нейтральне вживання, напр.: *Чоловік регулярно приходив в будинок для людей похилого віку як волонтер і також міг заразитися від мешканця будинку або співробітника* (УП, 28.12.2020); *Президент Володимир Зеленський вважає, що сучасну українську армію було багато в чому побудовано завдяки волонтерам* (УП, 5.12.2020), *Білоруські правоохоронці затримали у Мінську двох громадян України, волонтерів благодійної організації «Восток SOS» Костянтина Реуцького та Євгена Васильєва* (УП, 12.08.2020), так і позитивно оцінює, напр.: *На даний момент 117 волонтерів з 38 країн відгукнулися на заклик української ініціативи Go Global і прибули в Україну для навчання дітей англійській мові* (УП, 2.06.2016); *Військова прокуратура Харківської області почала кримінальне провадження проти працівників одного із госпіталів, де розкрадали гуманітарну допомогу від волонтерів* (УП, 24.04.2015). Негативно оцінює висловлювання з лексемою «волонтер» не

зафіксовано. При цьому оцінка, наявна в цьому разі, є виключно позитивною. В аспекті іміджу волонтерів, репрезентованого в ЗМІ, це актуалізовано через позитивно забарвлені лексеми.

У ЗМІ імідж волонтерів представлено як осіб, що виконують важку, не завжди приємну роботу, за власним бажанням, напр.: *У Рівному волонтери влаштували генеральне прибирання у відділення дитячої лікарні* (УН, 18.12.2021); збирають кошти та одяг для допомоги знедоленим, напр.: *Більше тонни гуманітарки передали черкаські волонтери на Схід* (УН, 13.12.2021); працюють зі страшним або молодшим поколінням – допомагають літнім людям і малюкам, напр.: *У Сумах впроваджують проєкт, завдяки якому навчають користуватись сучасними гаджетами людей старшого покоління. Його започаткували волонтери громадської організації «Ліга сучасних жінок» у середині листопада* (УН, 3.12.2021); *У Запоріжжі в рамках благодійного проєкту «Чарівники» волонтери готують подарунки дітям загиблих воїнів АТО та ОСС. До ініціативи можуть долучитися всі охочі* (УН, 21.11.2021). З огляду на це зазначимо, що медіадискурс представляє виключно позитивні характеристики волонтера як людини, яка добровільно і безоплатно виконує соціально значущу роботу.

На підставі проведеного аналізу функціонування лексеми «волонтер» в електронних ЗМІ представимо основні іміджеві характеристики.

1. Волонтер як доброволець у соціальній діяльності, тобто це суб'єкт, який бере участь у соціально важливих програмах і заходах. Серед таких програм особливо відзначимо роль волонтерів у боротьбі з коронавірусною пандемією, напр.: *У Великій Британії вперше в світі здорових волонтерів, які ще не були вакциновані від COVID-19, інфікували коронавірусом у рамках наукового дослідження Niman Challenge Programme* (УП. 8.03.2021); *Для участі у дослідженні залучать 300 волонтерів, тестова вакцинація перших з них має відбутися вже у лютому 2021 року* (УП. 13.02.2021). Утім. Традиційно волонтери беруть участь у тестуванні медичних препаратів, що стає особливо важливим в умовах пандемії.

В Україні волонтери пов'язані з такими важливими соціальними ініціативами, як допомога хворим, напр.: *Волонтери заявили про продаж місць у стаціонарах і реанімаціях Одеси для хворих на коронавірус* (ТСН. 24.10.2021); Охорони довкілля, напр.: *Волонтери встановили у Харкові перший в Україні річковий сміттєвий капкан* (ТСН, 2.12.2021); пошук пропалих людей, напр.: *Новини України: волонтери знайшли заблукалого 6-річного хлопчика на сусідній з Говерлою горі* (ТСН, 16.08.2021); захист культурної спадщини, напр.: *Волонтери намагаються врятувати єдину в Україні вузькоколіяку* (УН, 20.11.2021) тощо.

2. Волонтер – учасник військових подій. Цей іміджевий аспект актуальний для України, починаючи з 2014 року, тому волонтер прирівнюють до військових добровольців, напр.: *Заступник генпрокурора – головний військовий прокурор Анатолій Матіос виступає проти допуску волонтерів до розподілу*

фінансових потоків у **Міністерстві оборони** (УП, 17.05.2015); *Речовим і продовольчим забезпеченням української армії будуть займатися волонтери* (УП, 15.01.2015). У цьому значенні волонтер стає синонімом добровольця, але з іміджевого боку волонтерів тут тлумачать як осіб, які впливають на захист країни та позитивно оцінюють їх роль.

Важливо звернути увагу і на те, що до іміджевих характеристик волонтерів тут додається «довіра», оскільки пересічні громадяни більшою мірою довіряють не владі, а саме волонтерам, напр.: *Основна частина бюджетних коштів на армію йде на фінансування військової техніки та озброєння. Про це повідомив прем'єр Арсеній Яценюк на прохання роз'яснити, куди спрямовуються кошти від воєнного податку, якщо більшість громадян фінансують армію через волонтерів* (УП, 30.12.2014). Наслідком такого ставлення до волонтерів стало їхнє визнання як управлінців і політиків, напр.: *Ми замінили у декількох департаментах генералів на волонтерів, які не мають жодних регалій. Але разом з тим ефективність їх менеджерської діяльності є в кілька разів кращою* (УП, 8.10.2014).

3. Волонтер як особа, що є захисником тварин, напр.: *Кричав, щоб забрала котів та погрожував вбити: у Львові чоловік напав на волонтерку, яка годувала безпритульних тварин* (ТСН, 17.08.2021); *На Волині волонтери збирають кошти аби придбати будиночок для котів* (УН, 29.11.2021). Ця характеристика демонструє ототожнення волонтерів із зоозахисниками, оскільки одним з напрямів діяльності волонтерів є саме захист тварин. Проте цей аспект представлений найменшою мірою в медіадискурсі.

Зважаючи на викладене вище, виокремлюємо характеристики, що визначають семантичне наповнення лексеми «волонтер» у ЗМІ:

– «допомога», напр.: *О 21 годині 15 січня до Служби порятунку повідомили, що туристи-волонтери, які також допомагали рятувальникам у пошуках, знайшли заблукалого туриста-львів'янина в районі полонини Струнга* (УП, 15.01.2021); *Глава МВС Арсен Аваков дав доручення спростити реєстрацію автомобілів волонтерів, які допомагають бійцям АТО* (УП, 8.05.2015);

– «безоплатність», напр.: *Волонтери в соціальних мережах пропонують людям, які знаходяться в Калинівці, безкоштовно вивезти їх на автомобілях* (УП, 28.09.2017); *У Дніпрі волонтери відкрили доброчинну «фабрику Святого Миколая»* (УН, 12.12.2021);

– «вдячність», напр.: *Високою громадською бойовою нагородою відзначено було 58 військових та волонтерів Тернопільщини, 20 з яких померли. Ордени «Сталевий хрест непереможних» вручав ініціатор створення нагороди – доброволець, учасник АТО ради Микола Сальчук. Привітав воїнів і волонтерів з отриманням найвищого знака народної пошани та висловив співчуття і глибоку вдячність родинам полеглих героїв і міський голова Тернополя Сергій Надал* (УН, 3.12.2021); *У Житомирській міській раді подякували волонтерам, які працюють заради пам'яті полеглих Героїв* (УН, 3.12.2021);

– «добровільність», напр.: *До дослідження залучать понад 3500 добровольців віком від 18 до 60 років зі США, Мексики, Перу, Бразилії, Аргентини, Польщі, Іспанії та Італії. Планується, що набір волонтерів розпочнеться у вересні* (УП, 21.07.2019); – «повага», напр.: *Тому перш за все цього року нас вразили зовсім не політики чи чиновники, а волонтери і медики, які зайняли позиції на передовій боротьби з епідемією коронавірусу* (УП, 5.01.2021);

– «робота», напр.: *Біженець з Руанди, який працював волонтером для собору у французькому місті Нант, зізнався у його підпалі* (УП, 26.07.2020); *В Запоріжжі відзняли відео про роботу волонтерів-пошукачів* (УН, 13.12.2021).

Нейтральне вживання лексеми, що актуалізує ядерну сему і відповідно вказує на агентивність семантики лексеми, також має місце в медіадискурсі, напр.: *В Україні лише за рік вдвічі поменшало волонтерів* (УП, 8.10.2019); *Харківська міськрада продовжує домагатися знесення намету волонтерів* (УП, 18.05.2019); *Військові медики прооперували поранених під Зайцевим волонтерів, загрози життю обох пацієнтів немає* (УП, 8.03.2017).

Отже, в медіадискурсі волонтер представлений як позитивно оцінений суб'єкт, що безоплатно займається суспільно важливими справами.

У соціальних мережах також висока частотність вживання лексеми «волонтер», що репрезентує іміджеві параметри волонтера як особи, що займається добровільною допомогою, напр.: *Волонтер та речник міжнародної розвідувальної спільноти InformNapalm Михайло Макарук провів власне розслідування та дізнався, що діючий Голова НБУ Кирило Шевченко у 2016 році їздив до РФ* (Твітер, 16.06.2021).

Проаналізувавши контекстуальне вживання лексеми «волонтер» у дописах користувачів соціальних мереж Facebook (25 контекстів) і Twitter (25 контекстів), ми виявили наступні іміджеві характеристики.

1). Волонтер – людина, яка змінює світ на краще, напр.: *Волонтер – це можливість зробити світ кращим! З Міжнародним днем волонтера! Для кожного в цьому слові свій сенс, але безсумнівно, що якщо робити добру справу від чистого серця, воно до тебе повернеться – це підтверджений багаторічний досвід 😊* (ФБ, Л. Білозір, 5.12.2021). Така позитивно оцінка волонтерів саме і характеризує сприйняття їх суспільством на іміджевому рівні.

У соцмережах наявні лексеми, що посилюють позитивно оцінні характеристики волонтерів як суб'єктів благодійної діяльності, напр.: *Волонтер – це поклик душі!!! Волонтер – це любов понад край!!! Волонтер – це бажання дарувати найдорожче – свій час!!! Волонтер – це прагнення змінити світ на краще, врятувати і дати шанс тому, хто цього дуже потребує!!!!* (ФБ, 5.12.2021). Мережевий дискурс демонструє насичення контекстів емоційно-експресивною лексикою та маркерами позитивної оцінки: *кращий, легендарний, важливий, добрий* тощо, напр.: *Кулеметниця Яна Червона Волонтер, боєць батальйону спеціального призначення «Донбас-Україна», мати двох дітей – ось така сильна і красива дівчина воює за нашу Україну!* (Твітер, 27.08.2018).



2). Волонтер – людина, яка допомагає добровільно і безоплатно, напр.: *У неділю, 5 грудня, в Україні відзначають Міжнародний день волонтера. Волонтер у перекладі з англійської мови означає добровільний помічник. Це не робота, а покликання* (ФБ, 5.12.2021). У такому контексті волонтер і доброволець виступають синонімами.

3) Волонтер – це людина, яка робить добрі справи для своєї країни, напр.: *Цей волонтер зробив багато надзвичайно важливих справ для України і витратив на це значні власні кошти. Саме він встановив оновлену систему протиповітряної оборони (ППО) навколо Києва* (ФБ, 16.12.2021); *Сергій Максимець, який з 2014 року допомагав військовим на передовій. Сергія Івановича бійці прозвали Дядя Серьожа. Відомий волонтер неодноразово був героєм публікацій «ФАКТІВ». Сергію Максимцю було 69 років* (ФБ, 9.12.2021). Контекстуальне вживання тут пов'язано насамперед з військовою діяльністю волонтерів в Україні.

Зважаючи на це, основними іміджевими параметрами волонтера на вербальному рівні є:

– «сприяння», напр.: *Сьогодні волонтери сприяють перемозі України і збереженню її державності, не чекаючи за це винагороди. Волонтерська діяльність як прояв милосердя і доброчинності буде існувати доти, доки існує потреба людей у тій чи іншій допомозі та обмежена державна участь у задоволенні потреб своїх громадян, їхній соціальній підтримці* (ФБ, 5.12.2021);

– «патріотизм», напр.: *Кажуть, що волонтерами не народжуються, ними стають. Волонтери – це точно патріоти. Ті, хто не байдужі, кому не «какая разлица». Ті, хто продали все, що у них було, для того, щоб підтримати армію* (Твітер, 13.12.2021);

– «допомога», напр.: *Друзі, нам дуже потрібні волонтери на вихідні дні, які б могли зустрічати гостей та проводити їх в Котомістечко! Погода зараз не найкраща для чекання, а адміністрація зоопарку категорично не дозволяє самостійний прохід відвідувачів* (Твітер, 17.12.2021).

Отже, в соцмережах волонтери постають так само в позитивно оцінних характеристиках, як і в електронних ЗМІ.

**Висновки дослідження.** Лексема «волонтер» в електронних ЗМІ репрезентує такі іміджеві характеристики волонтерів як нейтральні або позитивно оцінні: доброволець у соціальній діяльності, тобто це суб'єкт, який бере участь у соціально важливих програмах і заходах; учасник військових подій; особа, що є захисником тварин. Виокремлено характеристики, що визначають семантичне наповнення лексеми «волонтер» у ЗМІ: «допомога», «безоплатність», «вдячність», «добровільність», «робота». У медіадискурсі волонтер представлений як позитивно оцінений суб'єкт, що безоплатно займається суспільно важливими справами. У соцмережах ми виявили наступні іміджеві характеристики волонтера: волонтер – людина, яка змінює світ на краще; людина, яка допомагає добровільно і безоплатно; людина, яка робить добрі справи для своєї країни. Зважаючи на це, ядерними семами лексеми «волонтер» є: «сприяння», «патріотизм», «допомога».



## Література

1. Завальнюк, І. Я. (2009). *Синтаксичні одиниці в мові української преси початку XXI ст.: функціональний і прагмалінгвістичний аспекти*. Нова книга.
2. Загоруйко, І. Н. (2012). Интернет-дискурс в современном коммуникативном пространстве. *Вестник Костромского государственного университета*, 3, 56–60.
3. Мацько, Л. І., Калита, О. М. & Поворознюк, С. І. (2015). *Комунікативна лінгвістика* (навчально-методичний посібник). Вид-во Нац. пед. ун-ту імені М.П. Драгоманова.
4. Семен, Н. & Тополюк К. (2020). Інноваційна лексика в мові сучасних веб-медіа (на прикладі інтернет-варіанту газети «День»). URL: <https://goo.su/aHm0>
5. Сметанина, С. І. (2002). *Медиа-текст в системе культуры (Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в.)*. Изд-во Михайлова В. А.

## References

1. Zavalniuk, I. Ia. (2009). *Syntactic Units in the Language of the Ukrainian Press of the Beginning of the XXI Century: Functional and Pragmalinguistic Aspects* [Syntaksyschni odynytisi v movi ukrainskoi presy pochatku XXI st.: funktsionalnyi i prahmalinhvistychnyi aspekty]. Nova knyha. [In Ukrainian]
2. Zagoruiko, I. N. (2012). Internet Discourse in Modern Communication Space [Internet-diskurs v sovremennom kommunikativnom prostranstve]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta*, 3, 56–60. [In Russian]
3. Matsko, L. I., Kalyta, O. M. & Povorozniuk, S. I. (2015). *Communicative Linguistics* [Komunikatyvna lnhvistyka] [navchalno-metodychnyi posibnyk]. Vyd-vo Nats. ped. un-tu imeni M.P. Drahomanova. [In Ukrainian]
4. Semen, N. & Topoliuk K. (2020). Innovative Vocabulary in the Language of Modern Web Media (on the example of the Internet version of the newspaper “Den”) [Innovatsiina leksyka v movi suchasnykh veb-media (na prykladi internet-variantu hazety «Den»)]. URL: <https://goo.su/aHm0> [In Ukrainian]
5. Smetanina, S. I. (2002). *Media Text in the System of Culture (Dynamic Processes in the Language and Style of Journalism in the End of the 20th Century)* [Media-tekst v sisteme kultury (Dinamicheskie protsessy v iazyke i stile zhurnalistiki kontea XX v.)]. Izd-vo Mikhailova V.A. [In Russian]

**Kondratenko N. V., Onishchenko O. O.**

## TRANSFORMATION OF SEMANTICS OF THE TOKEN «VOLUNTEER» IN MEDIADISCOURS AND NETWORK-DISCOURS

*The article presents an analysis of the use of the token «volunteer» in the Ukrainian electronic media and the discourse of social networks. The specifics of the semantic structure of the token and its contextual environment are determined. A set of semantic components present in the token «volunteer» in media and network discourses is presented. The focus was on the token «volunteer», the meaning of which has expanded under the influence of extralingual factors, in particular in the media and social networks. It has been proved that in media discourse and social networks peripheral semantics falls into the nuclear part of meaning – «help», «gratuitousness», «gratitude», «voluntariness». In social networks, the periphery is significantly expanded through the addition of «assistance», «patriotism», «help».*

**Key words:** media discourse, network discourse, lexical meaning, semantics, token.

**УДК 811.161.2'27.373**

**Н. В. Кондратенко**

докторка філологічних наук, професорка,  
завідувачка кафедри прикладної лінгвістики  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

**М. М. Степанюк**

магістрантка кафедри прикладної лінгвістики  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова  
[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251851](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251851)

## **ОСОБЛИВОСТІ АНОНСУ ЯК МОВЛЕННЄВОГО ЖАНРУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ**

*У статті розглянуто мовленнєвий жанр анонсу як вияв категорії інформаційності в дискурсі соціальних мереж. Проаналізовано анонси музичних гуртів та доведено мовні засоби впливу в анонсах. Виокремлено основні групи мовних засобів: графічні, лексико-семантичні та стилістичні. Основними графічними засобами мовного впливу в анонсі є абрєвіатури, цифрові позначення та іншомовні вкраплення. З лексико-семантичних засобів впливу найбільш широко в анонсі новин представлені емоційно-експресивна лексика та власне ім'я. Синтаксичні особливості зумовлені публіцистичним стилем мовлення: використано здебільшого прості речення. Обґрунтовано, що мультимедійність є характерною рисою інтернет-комунікації, що забезпечує полікодовість електронних анонсів – можливість передачі інформації не тільки за допомогою вербального тексту, а й із залученням невербальних засобів.*

**Ключові слова:** мовленнєвий жанр, анонс, Інтернет-дискурс, соціальна мережа, мовні засоби.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** З кінця ХХ століття серед дослідників-лінгвістів актуальними темами є функціонування мови у віртуальному світі. Щоб повністю зрозуміти вплив Інтернету на суспільство, ми повинні пам'ятати, що технологія – це частина масової культури. За свою відносно недовгу історію існування масова культура практично витіснила справжню високу культуру; сьогодні люди рідко відвідують концерти музичних гуртів, рідко читають серйозну літературу, а гарний живопис їм замінюють постери в Інтернеті. Однак навіть в таких умовах деякі події культурного життя викликають жвавий інтерес публіки, який формується переважно завдяки вдалій рекламній кампанії, зокрема завдяки грамотному анонсуванню відповідних подій. Щоб зорієнтуватися у всьому різноманітті пропонованих заходів, люди звертаються до спеціальних оглядовим текстів – анонсів, щоб заздалегідь скласти думку про конкретну подію. З погляду мовознавців Інтернет є «особливим комунікативним середовищем, особливим місцем реалізації мови, яка ніколи раніше

до цього не існувала» [1, с. 29]. Разом з тим під час вивчення цього особливого комунікативного простору потрібно спиратися на засадничі теорії і вчення.

**Ступінь дослідження проблеми в науці.** Мовні особливості електронних текстів вивчали Л. Зубова, О. Клінг, О. Рєвзіна, О. Сіверська, І. Кудрова та інші вчені. З позицій прагмалінгвістики електронні тексти розглянуто в працях А. Акішиної, О. Горошко, Л. Компанцевої, С. Нерян, Н. Формановської та ін. Поняттю дискурсу свої роботи присвятили Т. ван Дейк, Ф. Бацевич, А. Загнітко, В. Карасик, О. Кубрякова, В. Красних, М. Макаров, О. Селіванова та ін.) У стрімко зростаючому потоці досліджень, присвячених інтернет-комунікації, мовним та позамовним аспектам електронного спілкування присвячені праці таких вчених, як О. Галичкіна, Ф. Смирнов, Г. Нещименко, У. Гюнтер, Е. Вісс, Дж. Леслі, П. Панзеграу, К. Таунсхенд та ін.

**Мета** дослідження – виявити вербальні особливості інформаційних матеріалів музичних гуртів, що розповсюджуються в соціальних мережах та встановити лінгвопрагматичні характеристики мовленнєвого жанру анонс як полікодового текстового утворення.

**Об'єктом** дослідження роботи є полікодовий простір тексту анонсу, а **предметом** – лінгвопрагматичні особливості тексту анонсу.

**Виклад основного дослідження.** Анонс в соціальних мережах належить до монологічного типу. Однак ця характеристика умовна і надана спираючись лише на те, що анонси – це підготовлені тексти, а не побудовані на засадах спонтанної розмови з публікою. Навіть незважаючи на ці особливості, контакт із глядачем, хоч і невидимий, але він є, і він дуже важливий. В межах прагматики, незалежно від жанру тексту, відправною точкою для будь-якого аналізу є «діалогічність та неможливість існування монологу у чистому виді» [4, с. 203]. Діалогічні зв'язки є основою побудови будь-якої мови та припускають реакцію адресата у формі вербальної чи невербальної поведінки. Навіть у випадках, коли людина веде внутрішню розмову з собою, вона має співрозмовника.

Користувачі Інтернету не затримуються на веб-сторінці, швидко переглядають контент, не читаючи його кожне слово. Натомість читачі «сканують» сторінки в пошуках інформації, вишукуючи ключові слова, фрази і зорові орієнтири. Прочитавши анонс новини в соціальній мережі, для ознайомлення з повною версією матеріалу користувачі переходять за посиланням на сайт, і лише в тому випадку, якщо подана інформація їх зацікавила.

Самостійність новинного анонсу як однієї з найбільш поширених компактних форм передачі актуальної інформації в мережі Інтернет визначається наступними екстралінгвістичними факторами: автономність, оперативність, концентрація і різнобічне представлення події. Ці екстралінгвістичні фактори визначають власне лінгвістичну специфіку анонсу в Інтернет-дискурсі, що дозволяє розглядати анонс в новинному блоці Інтернет-дискурсу як самостійний мовленнєвий жанр.

Специфіка змістовної сторони новинного анонсу визначається тим, що при значному тематичному розмаїтті всі повідомлення підкоряються принципу актуальності. Сильова своєрідність жанру новинного анонсу зумовлена насамперед специфікою реалізації основних дискурсивних функцій – інформативною впливовою. Текст анонсу орієнтований на швидке сприйняття, і це обумовлює переважне використання загальноживаної лексики, щодо простих морфологічних і синтаксичних елементів.

Вивчення анонсу в лінгвопрагматичному аспекті дозволяє досліджувати не тільки текстове повідомлення з погляду жанрової різноманітності, але перш за все виявити принципово новий тип тексту як «результат цілеспрямованої соціальної дії, покликаної реалізувати подвійну інтенцію автора: інформування та рекламування» [3, с. 92]. Ці тексти здатні активно впливати на поведінку аудиторії та формування цінностей. Спостерігається гостра конкурентна боротьба за масового глядача, за його увагу та прихильність, за зростання рейтингів, а, отже, за грошовий прибуток.

Інформація стає продуктом, який потрібно вигідно продати. Анонс в соціальних мережах не є винятком: «анонс – це товар, а товари за законами ринку треба продавати. Цим і зайняті копірайтери. Щоб товар продати, йому (товару) треба забезпечити достатню за кількістю та гідну за якістю рекламу. Втім, сам товар повинен мати певну якість. Він повинен бути красиво упакований і грамотно подано» [2, с. 84]. Найчастіше увага читача прикута до анонса менше хвилини, однак саме в цей час глядацький інтерес до анонсованої події або зароджується, або ні. Як зачепити увагу аудиторії та змусити її затриматися – питання, які вирішуються у ході лінгвостилістичного оформлення інформаційних анонсів соцмереж.

Сьогодні матеріали, що публікуються в соціальних медіа, є поєднанням двох елементів – текст та візуальний контент. Візуалізація текстової інформації є основним трендом розвитку сучасних медіа. Інтеграція візуальної та вербальної мов дозволяє досягти максимального рівня компресії тексту, що дозволяє забезпечити швидкість та комфорт сприйняття інформації адресними аудиторіями. Зіставлення лінгвістичних особливостей вербальної складової, композиційних та виразних прийомів передачі змісту повідомлення у візуальній частині контенту дозволяє виявити закономірності створення анонсів музичних гуртів.

У мережі Інтернет музичні колективи мають власні публічні сторінки в різних соціальних мережах. Для нашого дослідження ми проаналізували деякі тексти анонсів. Для цього вилучили 10 текстів з публічних сторінок у соцмережі Facebook відомих українських гуртів: 1) «Бумбокс» [Режим доступу: <https://goo.su/abHf>], 2) «Океан Ельзи» [Режим доступу: <https://goo.su/a3wT>], 3) «Жадан і Собаки» [Режим доступу: <https://goo.su/aAfw>] та «Друга Ріка» [Режим доступу: <https://goo.su/OxZ>] періоду за серпень та листопад 2019 року, українською мовою, що анонсує концерт чи виступ гурту. Ми провели порівняльний аналіз на різних мовних рівнях.

Отримані тексти проаналізували на фонетичному, морфологічному та синтаксичному рівнях, прорахували співвідношення кількості символів. Обрані тексти з проаналізованими їхніми характеристиками подані нижче.

### Анонс 1 з Facebook



**Бумбокс**

25 нояб. · 🌐

Ізраїлю, привіт! Кидайте всі свої справи та приходьте на концерт українського гурту Бумбокс. Єрусалим, Хайфа, Ашкелон, Петах, Рішон-ле-Ціон, Назарет, Ашдод, Петах-Тіква - знаєте пісні "Вахтерам", "Люди", "Наодинці", "та4то", "Квіти у волоссі", "Безодня", "Поліна"? Приїжджайте до Тель-Авіва. Приїжджайте з інших міст, країн, континентів та навіть планет. Ми будемо раді всім! Ми ж три роки не були в Ізраїлі. Погодьтеся, це дуже довго. А хочеться бачитись частіше. За час, який ви провели без нас, у Бумбокса вийшло стільки цікавого, що якщо розповідати про це зі сцени, довелося б влаштувати додаткове шоу: ми випустили два альбоми, зняли купу кліпів та один серіал, у гурту помінявся склад, ми об'їздили півсвіту з гастролями.

Бумбокс грають у Тель-Авіві 15 лютого 2022 року, у клубі "Reading 3".

Придбати квитки:

<https://bezalelevent.co.il/event/13>

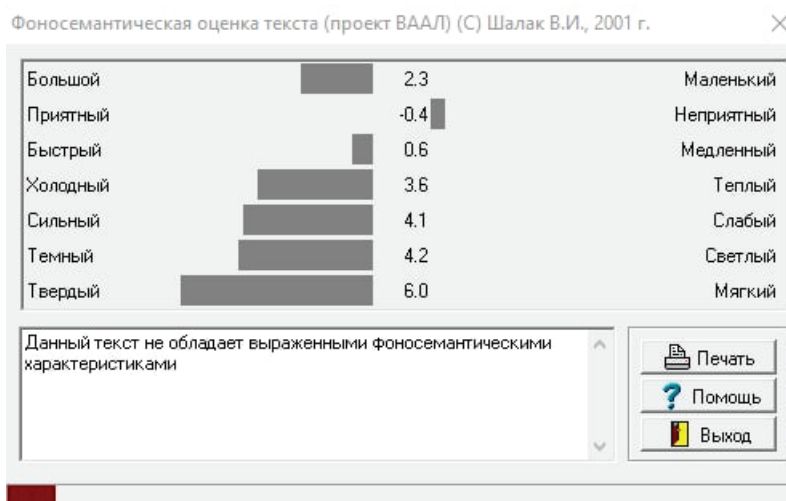
Всього: 852

Без пробілів: 729

Абзаци: 3

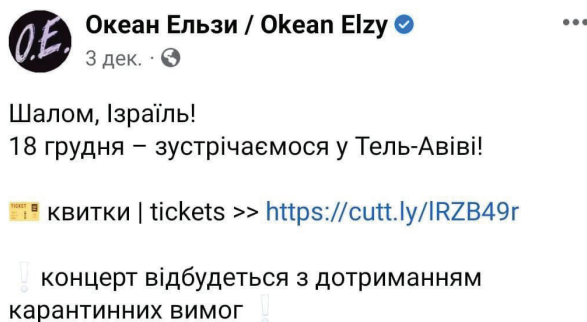
Слів: 122

### Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



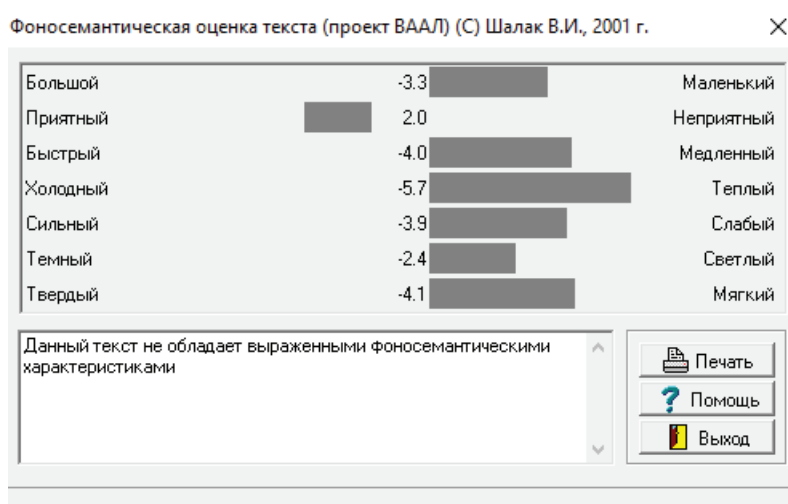
Морфологічний аналіз: іменників – 39, дієслів – 8, прикметників – 12, займенників – 3, прийменник – 8, дієприкметник – 4, сполучник – 6. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 1, питальні – 0, спонукальні – 1.

### Анонс 2 з Facebook



Всього: 153. Без пробілів: 133. Абзаци: 4. Слів: 18

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 8, дієслів – 2, прикметників – 1, займенників – 0, прислівник – 0, числівник – 1. Синтаксичний аналіз: простих – 4, складні – 0, питальні – 0, спонукальні – 2.

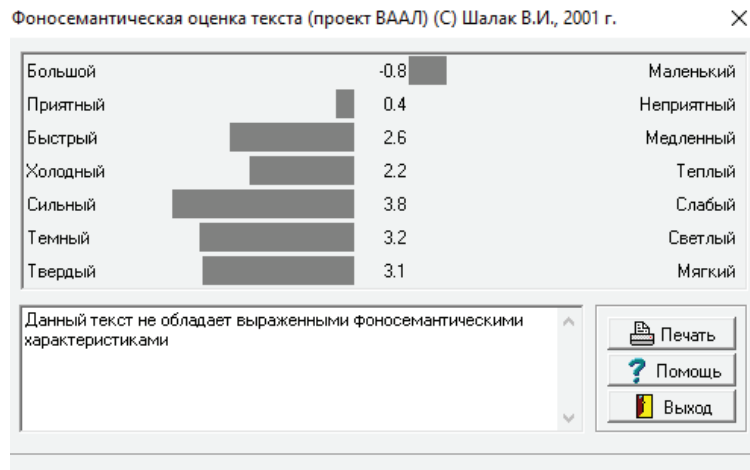


### Анонс 3

Два концерти Бумбокс в Києві, 8 і 9 квітня 2022. Квитки: [concert.ua/uk/events/bumboks](http://concert.ua/uk/events/bumboks)

Всього: 86. Без пробілів: 74. Абзаци: 1. Слів: 12

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



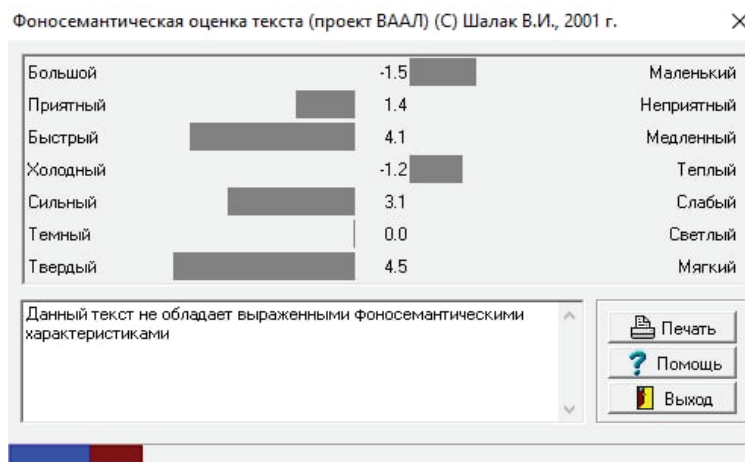
Морфологічний аналіз: іменників – 5, дієслів – 0, прикметників – 0, займенників – 0, прислівник – 0, числівник – 4. Синтаксичний аналіз: простих – 2, складні – 0, питальні – 0, спонукальні – 0.

### Анонс 4

Грандіозний концерт Океану Ельзи 25.06.2022 КИЇВ Olympic NSC  
квитки – <https://bit.ly/3nNsQpx>

Всього: 94. Без пробілів: 82. Абзаци: 2. Слів: 10.

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 7, дієслів – 0, прикметників – 1, займенників – 0, прислівник – 0, числівник – 3. Синтаксичний аналіз: простих – 2, складні – 0, питальні – 0, спонукальні – 0.

### Анонс 5

🔥 ЛЬВІВ

⚡ 28 серпня!

! КІНГ КРОСС ФЕСТ !

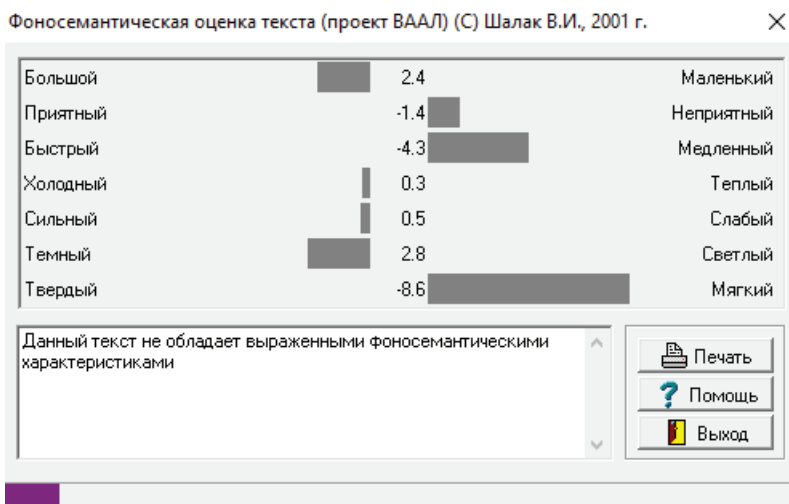
З 12:00 до 20:00

Досі не маєш планів на останню серпневу суботу?  
Тоді GO співати разом з нами!  
Чекаємо на тебе за адресою:  
ТРЦ King Cross Leopoldis;  
С. Сокольники, вул. Стрийська, 30.

Початок виступу гурту - після 18:00.  
Живий звук.

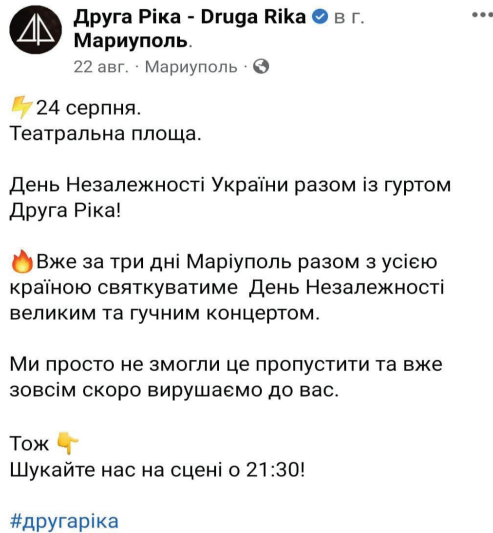
P.S. Більш детальну інформацію щодо програми КІНГ Кросс Фесту можна дізнатися на сторінці ТРЦ King Cross Leopoldis.

Всього: 356. Без пробілів: 290. Абзаци: 10. Слів: 56  
Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 30, дієслів – 6, прикметників – 3, займенників – 2, прислівник – 4, числівник – 5. Синтаксичний аналіз: простих – 10, складні – 0, питальні – 1, спонукальні – 3.

## Анонс 6



**Друга Ріка - Друга Ріка** ✓ в г. **Мариуполь**.  
22 авг. · Мариуполь · 🌐

⚡ 24 серпня.  
Театральна площа.

День Незалежності України разом із гуртом Друга Ріка!

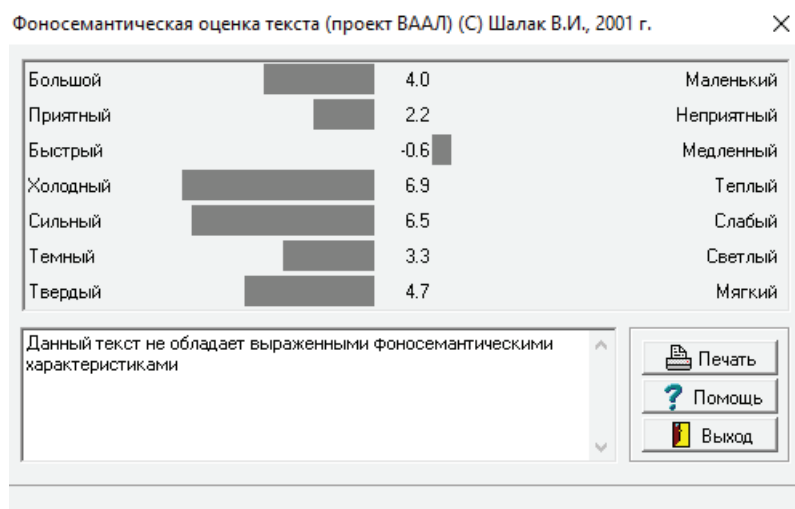
🔥 Вже за три дні Мариуполь разом з усією країною святкуватиме День Незалежності великим та гучним концертом.

Ми просто не змогли це пропустити та вже зовсім скоро вирушаємо до вас.

Тож 🙌  
Шукайте нас на сцені о 21:30!

[#другаріка](#)

Всього: 322. Без пробілів: 262. Абзаци: 8. Слів: 50  
Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 15, дієслів – 4, прикметників – 4, займенників – 4, прислівник – 2, числівник – 3. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 2, питальні – 1, спонукальні – 1.

### Анонс 7

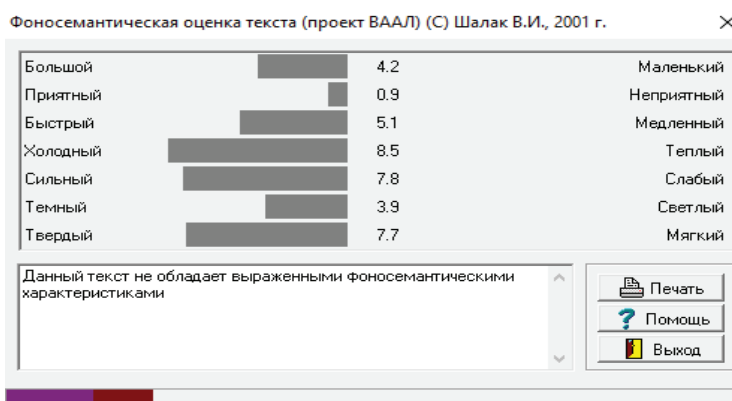
*АНОНС ОКЕАН ЕЛЬЗИ оголошує ПЕРШУ дату великого Світового туру 2022–2023 на підтримку нового (!) альбому!*

*25.06.2022 КИЇВ, Оlympic NSC*

*Квитки вже тут >>> <https://bit.ly/3nNsQpx>*

Всього: 181. Без пробілів: 152. Абзаци: 3. Слів: 24

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 9, дієслів – 1, прикметників – 3, займенників – 3, прислівник – 1, числівник – 1. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 2, питальні – 1, спонукальні – 1.

### Анонс 8

*Ізраїлю, ти готовий до зустрічі?*

*Менш ніж за два місяці – 18 грудня – зустрічаємося у Тель-Авіві!*

*квитки | tickets >> <https://bit.ly/3bgHkqO>*

Всього: 146. Без пробілів: 119. Абзаци: 3. Слів: 20

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 39, дієслів – 8, прикметників – 12, займенників – 3, прийменник – 8, дієприкметник – 4, сполучник – 6. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 1, питальні – 0, спонукальні – 1.

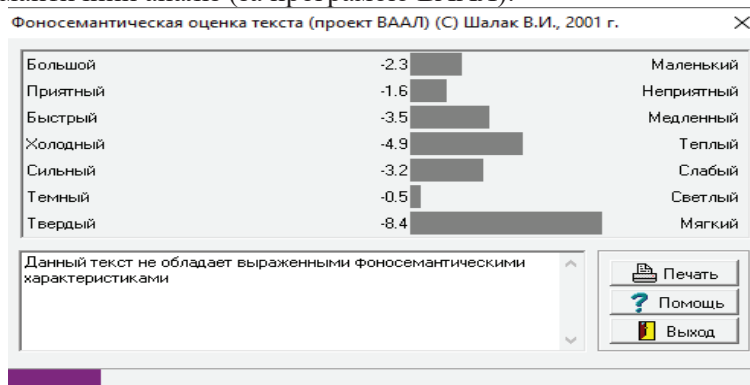
#### Анонс 9

*Дорогі брати і сестри у Маріуполі! 28-го листопада побачимося у вашому чудовому, сонячному місті.*

*Не пропустіть!*

Всього: 114. Без пробілів: 97. Абзаци: 2. Слів: 16

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 39, дієслів – 8, прикметників – 12, займенників – 3, прийменник – 8, дієприкметник – 4, сполучник – 6. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 1, питальні – 0, спонукальні – 1.

#### Анонс 10

*Дорогі брати і сестри! Рівно за місяць граємо у Києві. Окрім чисельних прем'єр на вас чекатимуть ЗІРКОВІ ГОСТІ. Собаки готують до виконання декілька прем'єр. Тож не зволікайте, квиточки тануть з кожним днем. Беріть друзів і приходьте грітися.*

*Ви ж будете?*

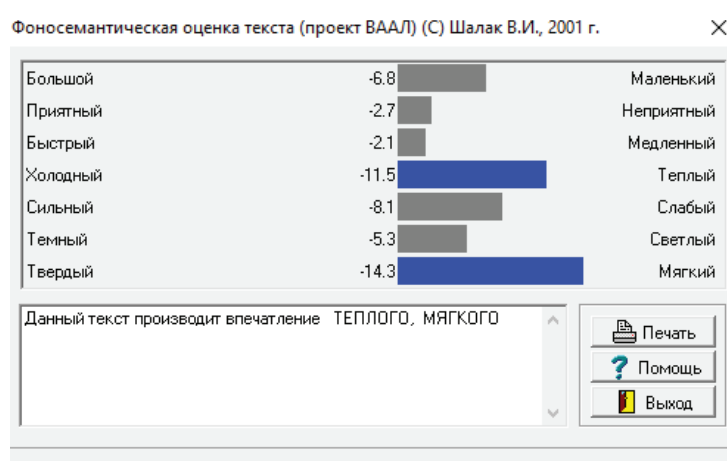
<https://kiev.karabas.com/zhadan-i-sobaki-15>

Всього: 302. Без пробілів: 259. Абзаци: 3. Слів: 41

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ) див. нижче.

Морфологічний аналіз: іменників – 12, дієслів – 9, прикметників – 5, займенників – 3, прислівник – 1, числівник – 1. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 2, питальні – 1, спонукальні – 1.

Для наших підрахунків ми проаналізували кількість знаків у кожному з текстів з пробілами, без, кількість слів та абзців. Нам вдалося визначити, щоб63



в середньому, в анонсі музичного колективу у соціальній мережі Facebook, налічується 260 знаків, що становить 37 слів.

Фоносемантичний аналіз тексту ми проводили за допомогою програми ВААЛ, що аналізує текст, приписуючи йому відповідні емоційні характеристики, виходячи з комплексу звуків. На фонетичному рівні 2 тексти («Океан Ельзи», «Жадан і Собаки») з 10 виявили емоційні риси, решта – не мали яскраво виражених характеристик. Тому можемо говорити, що ефект неусвідомленого впливу текстів на аудиторію залежить не від мережі, на якій розміщені тексти, а від автора, що їх створює.

Щоб проаналізувати морфологічний склад текстів ми порахували кількість слів – певних частин мови, що були вжиті в кожному зразку. На морфологічному рівні виявлено переважання іменників: згадування імен, географічних об'єктів, назв подій, проектів. Наступними за кількістю є прикметники, що закономірно, адже вони завжди супроводжують іменники, та дієслова. Найчастотнішими є конструкції типу «назва гурту (як суб'єкт) – дія»: «*грає*», «*представляє*», «*запрошує*», «*презентує*», «*виступає*» та інше. Часто вживаними є заклики до дії, які виражені за допомогою наказового способу дієслів «*запрошують*», «*дивіться*», «*приходьте*» тощо. Дієслова найчастіше вживаються у формі майбутнього або теперішнього часу. Така насиченість тексту дієсловами надає публікаціям енергію та жвавість викладу інформації. Також автори активно використовують числівники для інформування про дату та час виступу. В анонсах, розміщених в соціальній мережі Facebook, частотним є використання посилань та згадування осіб/подій/ін. спільнот в дописах.

Серед речень, які були використані, переважну кількість становлять прості речення (90%). Це пояснюється особливостями текстів Інтернет- дискурсу, що мають бути максимально лаконічними та простими для читання та розуміння, не перевантажуючи читача зайвою інформацією. Адже швидкість сприйняття залежить від подальшої швидкості прийняття рішення щодо покупки квитків



і в подальшому відвідування конкретного заходу. Використовуються риторичні запитання, які концентрують увагу на повідомлення та змушують читача зупинитися на ньому трохи довше.

Якщо говорити про лексику матеріалів, опублікованих в анонсах у соцмережі, то дуже часто використовуються різні мовні штампи – усталені словосполучення, які через частого вживання стали звичними, сухими, втратили емоційне забарвлення («*грандіозний концерт*», «*світовий тур*», «*абсолютний лідер*», «*зіркові гості*», «*З нагоди знаменного ювілею*» та ін.). Крім того, тексти вирізняє різноманітність професійної музичної термінології («*дуєт*», «*приспів*», «*акорди*» та ін.). Ці ознаки визначають офіційно-діловий стиль мови, тоді як жанр «анонс» уналежнюємо до публіцистичного. Отже, ми можемо спостерігати дифузію мовних стилів.

Крім цього, в текстах активно використовується лексика з позитивною семантикою («*грандіозний*», «*легендарний*», «*чудовий*») та слова з яскравим конотативним значенням, що містять оцінку. Використання такої емоційно-оцінної лексики, що виражає позитивну оцінку гурту, сприяє створенню позитивного іміджу. Автори аналізованих анонсів використовують різні засоби для залучення читача до ситуації, використовуючи різні прийоми для стовення відчуття причетності («*разом*», «*усією країною святкуємо*», «*беріть друзів*», «*кожен з нас*», «*всі*»)

Отже, підводячи підсумки аналізу, можемо зауважити, що ключовою особливістю тексту анонсу є його невеликий розмір. Йому притаманна переважна кількість рис Інтернет-дискурсу. Автори повідомлень: тяжіють до публіцистичного стилю відкидають формальні обороти, не використовують скорочень, уникають пасивних конструкцій та надмірності у пунктуації, використовують короткі речення. Для структуризації тексту розбивають його на абзаци та додають різноманітні емотикони. Це можна пояснити бажанням уникати можливої негативної реакції читачів і перевтоми, викликані надмірністю у пунктуації, наявністю пасивних конструкцій, які створюють враження безособової комунікації, що не потребує дій.

Не применшуючи значення для тексту анонсу вербального компонента, підкреслимо, що в ньому активно з'являються невербальні компоненти, а саме, серед проаналізованих анонсів бачимо аудіо-вербальні, вербально-візуальні та мультимедійні тексти, а також посилання на персоналії, місце події та портали, які зазначені у тексті. У межах одного тексту за допомогою гіперпосилань суб'єкт анонсу може передати великий масив додаткової інформації, подробиці якої розкриває суть події. Завдяки гіперпосиланням читач отримує можливість звертатися до інформації, закритої до певного моменту сторінкам тексту. Активність адресата безпосередньо залежить від ступеня його зацікавленості в отриманні додаткової, детальнішої інформації про об'єкт, а також від зручності гіпертекстових переходів.

У такий спосіб створюється об'єднаний простір, де комунікує одночасно велика кількість учасників, поєднуються декілька дискурсів та контекстів. Для того, щоб повідомлення було зрозуміліше, його значення може передаватися знаками пунктуації. Серед специфічних особливостей пунктуації варто акцентувати увагу на тому, що знак оклику здатний виконувати сигнальну функцію. Задля підвищення емоційності використовуються спонукальні та питальні речення. Такі елементи не лише привертають увагу читачів, а й дозволяють знаходитись ближче, бути ніби на «одній хвилі» з ними.

**Висновки дослідження.** Анонс виконує інформативну та впливову функцію, проте їх реалізація здійснюється специфічно. Так, інформативна функція у жанрі анонсу виконується опосередковано, тобто як інформація про інформацію за умов конкуренції. Саме тому інформативна функція має поєднуватися з впливовою, оскільки лише їхня єдність сприятиме досягненню головної «немовної мети» анонсу новин. Отже, функція, що впливає, в тексті новинної інтернет-публікації може бути реалізована виключно за рахунок цілеспрямованого використання лінгвістичних засобів.

### Література

1. Долинин, К. А. (1999). Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия. В кн.: *Жанры речи*, 2, 7–13.
2. Клушина, Н. И. (2007). Публицистический текст в прагматическом аспекте. *Язык массовой и межличностной коммуникации*, 75–82.
3. Назарова, Л. В. (2012). Гипертекст и Интернет-дискурс. *Текст – Дискурс. Гипертекст – Интернет-дискурс: Сборник научных статей*. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ.
4. Седов, К. Ф. (2004). Дискурс и личность: Эволюция коммуникативной компетенции. Лабиринт.

### References

1. Dolinin, K. A. (1999). Speech genres as a means of organizing social interaction [Rechevye zhanry kak sredstvo organizatsii sotsial'nogo vzaimodeystviya]. In: *Zhanry rechi*, 2, 7–13. [In Russian]
2. Klushina, N. I. (2007). Journalistic text in a pragmatic aspect [Publitsisticheskiy tekst v pragmaticheskom aspekte]. *Yazyk massovoy i mezhlichnostnoy kommunikatsii*, 75–82. [In Russian]
3. Nazarova, L. V. (2012). Hypertext and Internet discourse [Gipertekst i Internet-diskurs]. *Tekst – Diskurs. Gipertekst – Internet-diskurs*. SPb.: Izd-vo SPbGUEF. [In Russian]
4. Sedov, K. F. (2004). Discourse and personality: The evolution of communicative competence [Diskurs i lichnost': Evolyutsiya kommunikativnoy kompetentsii]. Labirint. [In Russian]

**Kondratenko N. V., Stepanyuk M. M.**

## **FEATURES OF THE ANNOUNCEMENT AS A SPEECH GENRE OF INTERNET DISCOURSE**

*The article considers the speech genre of the announcement as a manifestation of the category of information in the discourse of social networks. The announcements of music groups are analyzed and the linguistic means of influence in the announcements are proved. The main groups of language means are distinguished: graphic, lexical-semantic and stylistic. The main graphic means of language influence in the announcement are abbreviations, numerals and foreign language inclusions. Of the lexical and semantic means of influence, the most widely presented in the news announcement are emotionally expressive vocabulary and one's own name. Syntactic features are due to the journalistic style of speech: mostly simple sentences are used. It is substantiated that multimedia is a characteristic feature of Internet communication, which provides polycoding of electronic announcements – the ability to transmit information not only through verbal text, but also with the use of nonverbal means.*

**Key words:** *speech genre, announcement, Internet discourse, social network, language means.*

## УДК 81'33

**Малишева М. Г.**

аспірантка кафедри прикладної лінгвістики  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова  
[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251852](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251852)

### РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ «АГРЕСІЯ»

*Статтю присвячено окресленню семантичної наповненості лексеми «агресія» на підставі зіставного аналізу словникових дефініцій, асоціативного поля та мережевого дискурсу.*

*На першому етапі проаналізовано лексикографічні джерела і виявлено, що трактування агресії як збройного нападу однієї держави на іншу є первинним, утім, у більш сучасних словниках значення цієї лексеми поширено на сферу людських взаємовідносин та навколишнього середовища. Встановлено, що у словниках синонімів актуалізовано саме фізичний складник поняття агресії, а в асоціативних словниках лексема-стимул «агресія» не представлена. Зважаючи на це, виокремлено ядро та периферію лексико-семантичного поля «агресія».*

*На другому етапі проведено лінгвістичний асоціативний експеримент. В експерименті взяли участь 90 осіб, загалом отримано 90 реакцій на стимул «агресія», з них 44 унікальних. На підставі отриманих реакцій розроблено ядро та периферію асоціативного поля «агресія» з урахуванням критерію невідповідності асоціації.*

*На третьому етапі порівняно лексико-семантичне та асоціативне поля та з'ясовано, що словникові дефініції лексеми «агресія» лише частково корелюють з отриманими асоціатами.*

*На четвертому етапі проаналізовано дискурс соціальних мереж. На підставі зіставного аналізу словникових дефініцій, асоціативного експерименту та аналізу текстів соціальних мереж виокремлено сім основних лексико-семантичних груп, що формують лексико-семантичне поле «агресія»: «Почуття», «Вияв почуттів», «Стан ворожнечі», «Насильницький акт», «Об'єкт агресії», «Агресор», «Кольори».*

*Запропонована структура є суб'єктивною, тому перспективним вважаємо удосконалення розробленого лексико-семантичного поля.*

**Ключові слова:** *агресія, лексико-семантичне поле, асоціативне поле, мережевий дискурс, асоціативний експеримент*

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Нестійка соціально-політична ситуація, пандемія коронавірусної хвороби, панічні настрої населення та інші негативні фактори відображаються на мовних процесах, тому вивчення агресивних форм спілкування є актуальним завданням сучасної лінгвістики. Постає питання семантичної наповненості лексеми *агресія* та її розуміння носіями мови. Лексикографічні джерела потрактовують зазначену лексему здебільшого як збройний напад однієї держави на іншу та як ворожий тип поведінки, утім, носії мови розширюють її значення під час спілкування. Зважаючи

на це, постає необхідність окреслення вербального наповнення семантичного поля *агресія*.

**Ступінь розроблення проблеми у мовознавстві.** За Словником сучасної лінгвістики А. Загнітка, семантичне (лексико-семантичне поле) – «це фрагмент дійсності, що може бути описаний певною мовою за допомогою відповідної лексичної підсистеми. <...> ієрархічна структура множинності лексичних одиниць, об'єднаних спільним (інваріантним) значенням, спільністю змісту, що відображає поняттєву, предметну чи функційну подібність означуваних явищ» (Загнітко, 2012, с. 70). Проблеми формування лексико-семантичного поля постають у центрі уваги багатьох науковців, зокрема К. Близнюк (ЛСП «патріотизм»), Н. Засанської (ЛСП «криза»), Т. Ковальової (ЛСП «кольоративи»), М. Кулібаби (ЛСП «синоптична метеорологія»), Р. Міняйла (ЛСП «рибальство»), О. Петрушенка (ЛСП «час») та ін. За В. Беляніним, семантичне поле є сукупністю слів разом з їхніми асоціаціями (Белянин, 2003, с. 68), тому серед інструментів створення лексико-семантичного поля виокремлюємо асоціативний експеримент. Теоретичні та практичні аспекти застосування асоціативного експерименту в лінгвістичних дослідженнях висвітлено у розвідках В. Беляніна, Н. Бутенко, О. Горошко, О. Кирилюк, Т. Ковалевської, Н. Кутузи, Ж. Жарноцайової, С. Мартінек, В. Серкіна та ін. Зокрема увагу науковців привертають теоретичні засади проведення асоціативного експерименту (Горошко, 2001; Серкин, 2009) та створення асоціативних словників (Н. Бутенко, Т. Ковалевська, Н. Кутуза, С. Мартінек). Наявні поодинокі праці, що висвітлюють окремі проблеми лексико-семантичного поля *агресія* (О. Круть), однак проаналізовані розвідки дають підстави встановити, що лексико-семантичне та асоціативне поля лексеми *агресія* потребують комплексного опису.

**Мета розвідки** – на підставі зіставного аналізу словникових дефініцій та асоціативного поля визначити семантичну наповненість лексеми *агресія*. Мета зумовила конкретні **завдання**: 1) сформулювати лексико-семантичне поле лексеми *агресія* на матеріалі словникових дефініцій; 2) за результатами асоціативного експерименту розробити асоціативне поле лексеми-стимулу *агресія*; 3) на підставі зіставного аналізу сформованих полів деталізувати розроблену польову структуру; 4) на матеріалі текстів соціальних мереж уточнити структуру лексико-семантичного поля *агресія*.

**Об'єктом** дослідження є семантична наповненість лексеми *агресія*, а **предметом** – лексико-семантичні та асоціативні поля зазначеної лексеми.

**Джерельною базою** слугують лексикографічні джерела, асоціативний експеримент та українськомовний сегмент соціальної мережі Facebook за 2021 рік.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** На першому етапі встановлення семантичної наповненості лексеми *агресія* було розглянуто відповідні статті у лексикографічних джерелах. Словник української мови в 11 томах надає одне потрактування: «*АГРЕ́СІЯ*, і, ж. *Неспровокований збройний напад однієї держави на іншу з метою загарбання її території, ліквідації або обме-*

ження її незалежності» (Словник української мови в 11 томах, 1970). Великий тлумачний словник сучасної української мови актуалізує це значення та надає ідентичну дефініцію: «АГРЕСІЯ, -ї, ж. Неспровокований збройний напад однієї держави на іншу з метою загарбання її території, ліквідації чи обмеження її незалежності» (Бусел, с. 10). Натомість у Словнику іншомовних слів С. Бибик та Г. Сютя нагромаджуємо вже на два значення, одне з яких непряме, тобто поширене на людину: «АГРЕСІЯ, ї, ж. Неспровокований збройний напад однієї держави на іншу з метою загарбання її території, ліквідації або обмеження її незалежності. 2. перен. Активно ворожа поведінка однієї людини (або людей) стосовно іншої (або інших), що виявляється у злісних нападах, образливих акціях і т. ін» (Бибик & Сютя, 2005, с. 17). Словник української мови в 20 томах надає три потрактування, поширюючи значення лексеми зокрема на об'єкти навколишнього середовища: «АГРЕСІЯ, ї, ж. 1. Незаконне застосування сили однією державою проти іншої, збройний напад однієї держави на іншу з метою загарбання її території, ліквідації або обмеження її незалежності і т. ін. 2. Ворожа внутрішня настанова або ворожий тип поведінки особи щодо когось або чогось. 3. Навальний наступ якого-небудь негативного для людини, природи і т. ін. явища» (Словник української мови в 20 томах, 2010). У Тлумачному словнику іншомовних слів В. Лук'янюка представлено подібні дефініції: «Агресія (від лат. *aggressio* – напад): 1. Неспровокований збройний напад однієї держави на іншу з метою загарбання її території, ліквідації або обмеження її нездоланності. 2. Войовнича ворожість по відношенню до оточуючих (про людину чи тварину)» (Лук'янюк, 2001–2021). Виявляємо, що потрактування агресії як збройного нападу однієї держави на іншу є первинним та його актуалізовано в усіх проаналізованих лексикографічних джерелах, утім, у більш сучасних словниках значення цієї лексеми поширено зокрема на сферу людських взаємовідносин та навколишнього середовища.

Схожу ситуацію спостерігаємо у словниках синонімів. У Словнику синонімів української мови виявляємо такі лексеми: «АГРЕСІЯ, напад, вдертя, вломлення, вторгнення, інвазія, експансія; пор. ВІЙНА» (Караванський, 2000, с. 12). Словник синонімів Українського мовно-інформаційного фонду НАН надає схожий перелік: «НАПАД (дії, спрямовані проти кого-, чого-небудь з метою заподіяння шкоди, загарбання території тощо); АГРЕСІЯ (напад однієї держави на іншу); НАЛІТ, НАСКОК (раптовий стрімкий напад); НАБІГ, НАЇЗД заст. (раптовий напад, короткочасне вторгнення – перев. невеликими силами). Пор. 1. нава́ла» (Словник синонімів Українського мовно-інформаційного фонду НАН, 2001–2021). Цікавим виявляємо, що у словниках синонімів актуалізовано саме фізичний складник поняття агресії, натомість емоційний компонент не висвітлено. В асоціативних словниках не було виявлено лексеми-стимулу *агресія* (Уфимцева et al., 2004; Мартінек 2008).

До ядерної частини лексичного значення, зважаючи на це, уналежнюємо семи *насилницький акт, ворожість*. До периферії лексичного значення відно-



симо семи зброя, напад, загарбання, ліквідація, обмеження, тип поведінки, образи, застосування сили, наступ, войовничість, вдертя, вломлення, інвазія, експансія, наліт, наскок, заподіяння шкоди, набіг, наїзд, вторгнення (див. рис. 1).

Наявність лише поодиноких потрактувань лексеми *агресія*, непередставленість цієї лексеми у відомих асоціативних словниках української мови та відсутність комплексної дефініції цього явища зумовлюють необхідність проведення лінгвістичного асоціативного експерименту, що є другим етапом дослідження.

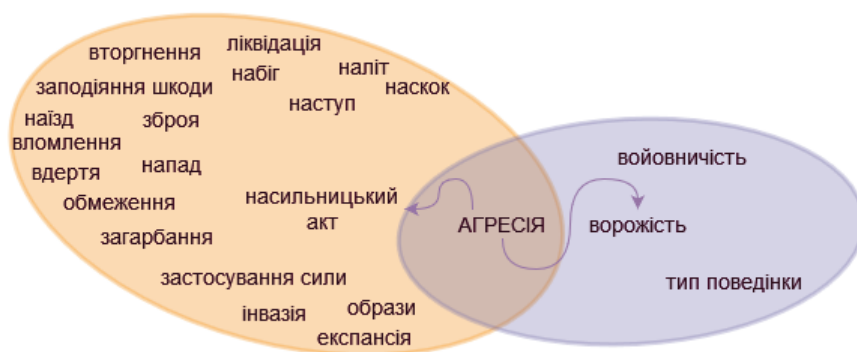


Рис. 1. Ядро та периферія лексичного значення

Метою асоціативного експерименту було окреслення семантичного поля лексеми-стимулу *агресія*. Експеримент проведено протягом листопада 2021 року за допомогою сервісу Google Форми: <https://goo.su/DQb>. В експерименті взяли участь 90 осіб, загалом отримано 90 реакцій на стимул *агресія*, з них 44 унікальних. Кількісні показники див. рис. 2:

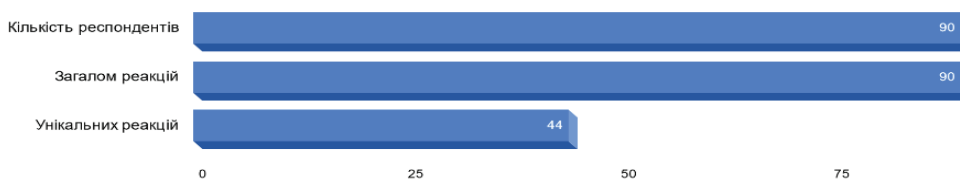


Рис. 2. Кількісні показники

Отримано такі реакції: злість – 17, зло – 7, крик – 7, біль – 5, *агресія* – 4, війна – 4, страх – 3, бійка – 2, військова *агресія* – 2, жорстокість – 2, насильство – 2, ненависть – 2, червоний – 2, аб'юз – 1, буря – 1, вибух – 1, відчувати – 1, ворог – 1, гнів – 1, грубість – 1, дискомфорт – 1, жорстке ставлення – 1, захист – 1, злий – 1, зло в очах людини – 1, конфлікт – 1, лайка – 1,

*мужчини* – 1, *напад* – 1, *невиправдане застосування сили* – 1, *неприйняття* – 1, *несправедливість* – 1, *образи* – 1, *обурення* – 1, *піднімання руки* – 1, *погана людина* – 1, *протест* – 1, *психічний стан* – 1, *сила* – 1, *сильна агресія* – 1, *стиснуті кулаки* – 1, *тремор* – 1, *чоловіки* – 1, *чорний* – 1. Попередній аналіз отриманих асоціацій виявив відсутність відмов у наданні реакції (від 90 респондентів отримано 90 реакцій) та відсутність реакцій, що не мають семантичного зв'язку зі стимулом, утім зафіксовано повтори стимулу замість реакції (*агресія* – 4). Ядерну частину асоціативного поля складають реакції з частотою 4 і вище, тобто не випадкові асоціації, визначені за формулою:

$$v \geq 2 + \frac{\ln(n)}{2,3},$$

де  $v$  – частота асоціації,  $n$  – кількість респондентів. Асоціація є не випадковою та дійсною в асоціативному полі, якщо це співвідношення є вірним (Серкин, 2009). Отже, ядро асоціативного поля складають такі реакції: *злість* – 17, *зло* – 7, *крик* – 7, *біль* – 5, *війна* – 4, решта асоціатів належать до периферії. Усі отримані реакції розподілено на такі лексико-семантичні групи (ЛСГ): ЛСГ «Почуття» (36 реакцій, унікальних – 10), ЛСГ «Стан ворожнечі» (18 реакцій, унікальних – 11), ЛСГ «Вияв почуттів» (16 реакцій, унікальних – 10), ЛСГ «Агресор» (16 реакцій, унікальних – 10), ЛСГ «Кольори» (3 реакції, унікальних – 2). Найбільшу кількість отриманих реакцій має ЛСГ «Почуття». Друге місце займають одразу три ЛСГ, що охоплюють приблизно однакову кількість отриманих реакцій: «Стан ворожнечі», «Вияв почуттів» та «Агресор». ЛСГ «Кольори» є найменшою за об'ємом. Реакції розподілено за групами у такий спосіб:

1. ЛСГ «Почуття» об'єднує асоціати, що змальовують емоції учасників конфліктної взаємодії та їхні зовнішні прояви: *злість* – 17, *біль* – 5, *ненависть* – 2, *страх* – 3, *гнів*, *стиснуті кулаки*, *дискомфорт*, *тремор*, *відчувати*, *психічний стан*;

2. ЛСГ «Стан ворожнечі» налічує асоціати, що відображають та характеризують ворожі стосунки між об'єктом та суб'єктом агресії: *війна* – 4, *насильство* – 2, *військова агресія* – 2, *жорстокість* – 2, *бійка* – 2, *конфлікт*, *невиправдане застосування сили*, *аб'юз*, *несправедливість*, *жорстке ставлення*, *грубість*;

3. ЛСГ «Вияв почуттів» налічує асоціати, що номінують способи вираження емоцій, ставлення до суб'єкта або об'єкта агресії, почуттів: *крик* – 7, *обурення*, *протест*, *лайка*, *образи*, *неприйняття*, *захист*, *вибух*, *буря*;

4. ЛСГ «Агресор» складається з асоціатів, що пов'язані з суб'єктом агресії, називають агресора, характеризують його особу чи вчинки: *зло* – 7, *погана людина*, *чоловіки*, *ворог*, *мужчини*, *злий*, *сильна агресія*, *зло в очах людини*, *сила*, *напад*, *піднімання руки*;

5. ЛСГ «Кольори» об'єднує кольоративи: *червоний* – 2, *чорний*.

Проілюструємо структуру асоціативного поля на рис. 3:

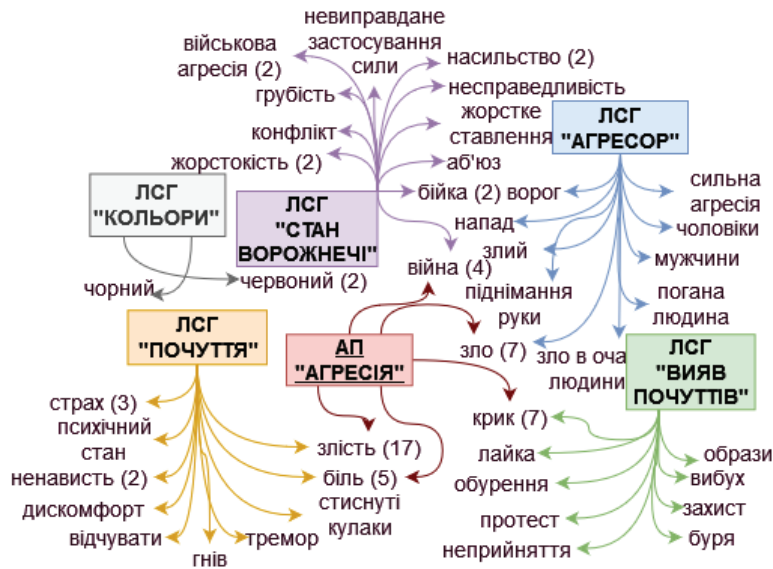


Рис. 3. Структура асоціативного поля

Отже, у свідомості респондентів агресія тісно пов'язана з почуттям *злості* та *болю*, є виявом *зла*, має прояв *війни* та *крику*. Зіставлення лексико-семантичного та асоціативного полів дає змогу зафіксувати певні спостереження. Словникові дефініції лексеми *агресія* лише частково корелюють з отриманими асоціатами, серед спільних елементів виявляємо *напад* і *(невиправдане) застосування сили*, утім найчастотніша реакція *злість* не відображена у потрактуваннях. Семи, виявлені на матеріалі словникових дефініцій, дають змогу розширити ЛСГ «Агресор» та виділити окрему ЛСГ «Насильницький акт», елементи розподілено у такий спосіб:

4. ЛСГ «Агресор» (розширена): *зло* – 7, *погана людина*, *чоловіки*, *ворог*, *мужчини*, *злий*, *сильна агресія*, *зло в очах людини*, *сила*, *напад*, *піднімання руки* + *войовничість*, *ворожість*, *заподіяння шкоди*;

6. ЛСГ «Насильницький акт» об'єднує різні типи примусових дій та інструментів: *інвазія*, *загарбання*, *вдертя*, *вломлення*, *експансія*, *наліт*, *наскок*, *наступ*, *ліквідація*, *зброя*, *вторгнення*, *набіг*, *наїзд*, *заподіяння шкоди*, *напад*, *піднімання руки*.

Варто зазначити, що поодинокі лексеми можуть належати до двох ЛСГ одночасно, напр. *напад*, *піднімання руки* та *заподіяння шкоди* є елементами ЛСГ «Насильницький акт» та «Агресор». Проілюструємо наші спостереження, зеленим кольором позначено ЛСП на матеріалі лексикографічних джерел, синім – АП (див. рис. 4):

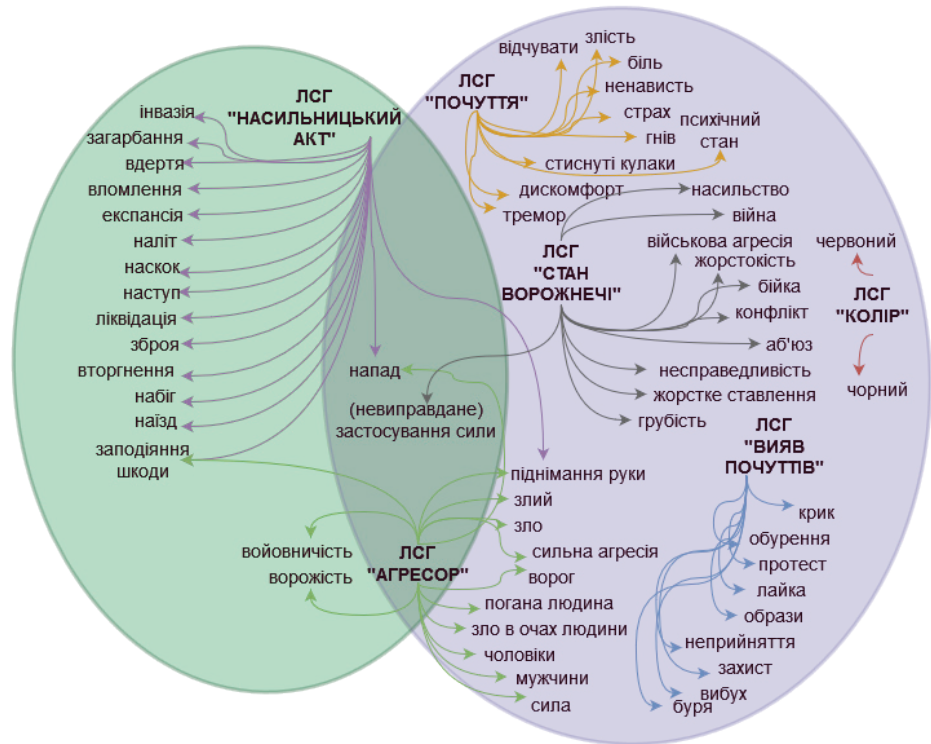


Рис. 4. Зіставний аналіз ЛСП і АП

Третій етап дослідження полягає в аналізі текстів мережевого дискурсу. На підставі проведеного аналізу було виокремлено ЛСП «Об'єкт агресії»:

7. ЛСП «Об'єкт агресії» містить номінації об'єкта агресії, його характеристики, оцінку його дій: *дурак – 2, доводять – 2, баришня, бабіща, латентний бабій, підкаблучник, кацапи, дівча, дрібненький чиновничок, еталонний ідіот, лайно, їбанько-класручка, виродки, критикани, недоумок, бубочка, госпожа, довбні, клоун, латентна повія, вилупки, дебїли, дебільний, псячий, від поту м'язки вирвало, мозок мертвий, збочений, брехня.*

Маємо зазначити, що запропонована структура є суб'єктивною та потребує доопрацювання. Представимо сформоване ЛСП у вигляді схеми (див. рис. 5):

**Висновки і перспективи дослідження.** Аналіз лексикографічних джерел дозволяє дійти висновку, що потрактування агресії як збройного нападу однієї держави на іншу є первинним, утім у більш сучасних словниках значення цієї лексеми поширено зокрема на сферу людських взаємовідносин та навколишнього середовища. Словники синонімів актуалізують фізичний складник поняття агресії, натомість емоційний компонент не висвітлено. У асоціативних словниках лексема-стимул *агресія* відсутня. Асоціативний експеримент надав



Рис. 5. Структура ЛСП

змогу виявити, що у свідомості респондентів агресія тісно пов'язана з почуттям *злості* та *болю*, є виявом *зла*, має прояв *війни* та *крику*. Словникові дефініції лексеми *агресія* лише частково корелюють з отриманими асоціатами, серед спільних елементів виявляємо *напад* і *(невиправдане) застосування сили*, утім найчастотніша реакція *злість* не відображена у потрактуваннях. На підставі зіставного аналізу словникових дефініцій, асоціативного експерименту та аналізу текстів соціальних мереж виокремлено сім основних лексико-семантичних груп: «Почуття», «Вияв почуттів», «Стан ворожнечі», «Насильницький акт», «Об'єкт агресії», «Агресор», «Кольори». Перспективним вважаємо удосконалення ЛСП «агресія» та розробку семантичного гештальту зазначеного концепту.

## Література

1. Беянин, В. П. (2003). *Психолінгвістика* (учебник). Флінта. URL: <https://goo.su/9j2h>
2. Горошко, О. І. (2001). *Інтегративна модель вільного асоціативного експерименту* (монографія). Москва. URL: <https://goo.su/9Mht>
3. Серкин, В. П. (2009). Решение задачи о случайности/неслучайности количества групповых ассоциаций. *Психодиагностика*, 4, 22–31. URL: <https://goo.su/z5J>

## Використані джерела

4. Бибик, С. П. & Стюта, Г. М. (2005). Агресія. У *Словнику інішомовних слів* (тлумачення, словотворення та слововживання: близько 35000 слів і словосполучень, ред. Єрмоленко С. Я.). URL: <https://goo.su/9O0O>
5. Бусел, В. Т. (Ред.). (2005). Агресія. У *Великому тлумачному словнику сучасної української мови: 250000*. URL: <https://goo.su/9FVh>
6. Загнітко, А. П. (2012). Поле асоціативне. У *Словнику сучасної лінгвістики: поняття і терміни* (том 3). URL: <https://goo.su/9Tse>



7. Загнітко, А. П. (2012). Поле семантичне. У *Словнику сучасної лінгвістики: поняття і терміни* (том 3). URL: <https://goo.su/9Tse>
8. Караванський, С. (2000). Агресія. У *Практичному словнику синонімів української мови* (вид. 2, доповнене й опрацьоване). URL: <https://goo.su/nKf>
9. Лук'янюк, В. (2001–2021). Агресія. У *Словнику іноземних слів*. URL: <https://goo.su/T94>
10. Мартінек, С. В. (2008). *Український асоціативний словник* (в 2 т., т. I: Від стимулу до реакції, вид. 2). URL: <https://goo.su/Y6i>
11. Словник синонімів Українського мовно-інформаційного фонду НАН. (2001–2021). Агресія. У *Словнику синонімів УМІФНАН*. URL: <https://goo.su/ZGe>
12. Словник української мови в 11 томах. (1970–1980). Агресія. У *СУМ в 11 томах*. URL: <http://www.inmo.org.ua/sum.html>
13. Словник української мови в 20 томах. (2010). Агресія. У *СУМ в 20 томах*. URL: <https://goo.su/YKV>
14. Уфимцева, Н., Черкасова, Г., Караулов, Ю. & Тарасов, Е. (2004). *Славянський асоціативний словарь* (русский, белорусский, болгарский, украинский). URL: <https://goo.su/Phx>

## References

1. Belyanin, V. P. (2003). *Psycholinguistics* [Psikholingvistika] (uchebnik). Flinta. URL: <https://goo.su/9j2h> [In Russian]
2. Goroshko, O. I. (2001). *An Integrative Model of a Free Associative Experiment* [Integrativnaya model svobodnogo assotsiativnogo eksperimenta] (monografiya). Moskva. URL: <https://goo.su/9Mht> [In Russian]
3. Serkin, V. P. (2009). Solving the Problem of Randomness / Non-randomness of the Number of Group Associations [Resheniye zadachi o sluchaynosti/nsluchaynosti kolichestva gruppovykh assotsiatsiy]. *Psikhodiagnostika*, 4, 22–31. URL: <https://goo.su/z5J> [In Russian]
4. Bybyk, S. P. & Siuta, H. M. (2005). Ahresiia. In *the Dictionary of Foreign Words* [U Slovnyku inshomovnykh sliv] (Tlumachennia, slovotvorennia ta slovovzhyvannia: blyzko 35000 sliv i slovopoluchen, red. Yermolenko S. Ia.). URL: <https://goo.su/9O0O> [In Ukrainian]
5. Busel, V. T. (Ed.). (2005). Ahresiia. In *the Great Explanatory Dictionary of the modern Ukrainian language: 250,000* [U Velykomu tlumachnomu slovnyku suchasnoi ukrainskoi movy: 250000]. URL: <https://goo.su/9FVh> [In Ukrainian]
6. Zahnitko, A. P. (2012). Pole asotsiatyvne. In *the Dictionary of Modern Linguistics: Concepts and Terms* [U Slovnyku suchasnoi linhvistyky: poniattia i termyny] (tom 3). URL: <https://goo.su/9Tse> [In Ukrainian]
7. Zahnitko, A. P. (2012). Pole semantychne. In *the Dictionary of Modern Linguistics: Concepts and Terms* [U Slovnyku suchasnoi linhvistyky: poniattia i termyny] (tom 3). URL: <https://goo.su/9Tse> [In Ukrainian]
8. Karavanskyi, S. (2000). Ahresiia. In *the Practical Dictionary of Synonyms of the Ukrainian Language* [U Praktychnomu slovnyku sinonimiv ukrainskoi movy] (vyd. 2, dopovnene y opratsovane). URL: <https://goo.su/nKf> [In Ukrainian]
9. Lukianiuk, V. (2001–2021). Ahresiia. In *the Dictionary of Foreign Words* [U Slovnyku inshomovnykh sliv]. URL: <https://goo.su/T94> [In Ukrainian]
10. Martinek, S. V. (2008). *Ukrainian associative dictionary* [Ukrainskyi asotsiatyvnyi slovnyk] (v 2 t., t. I: Vid stymulu do reaksii, vyd. 2). URL: <https://goo.su/Y6i> [In Ukrainian]
11. Slovnyk sinonimiv Ukrainskoho movno-informatsiinoho fondu NAN. (2001–2021). Ahresiia. In *the Dictionary of Synonyms of the Ukrainian Language and Information Fund of the National Academy of Sciences* [U Slovnyku sinonimiv UMIFNAN]. URL: <https://goo.su/ZGe> [In Ukrainian]
12. Slovnyk ukrainskoi movy v 11 tomakh. (1970–1980). Ahresiia. In *the Dictionary of the Ukrainian language in 11 volumes* [U SUM v 11 tomakh]. URL: <http://www.inmo.org.ua/sum.html> [In Ukrainian]
13. Slovnyk ukrainskoi movy v 20 tomakh. (2010). Ahresiia. In *the Dictionary of the Ukrainian language in 20 volumes* [U SUM v 20 tomakh]. URL: <https://goo.su/YKV> [In Ukrainian]
14. Ufimtseva, N., Cherkasova, G., Karaulov, Yu. & Tarasov, E. (2004). *Slavic Associative Dictionary* [Slavyanskiy assotsiatyvnyy slovar] (ruskiy, beloruskiy, bolgarskiy, ukrainskiy). URL: <https://goo.su/Phx> [In Russian]



**Mariia Malysheva**

Odesa I. I. Mechnikov National University  
PhD student of the Department of Applied Linguistics  
Odesa

## **THE REPRESENTATION OF THE SEMANTIC FIELD 'AGGRESSION'**

*The paper is dedicated to the definition of the semantic content of the lexeme 'aggression' on the basis of the comparative study of its dictionary definitions, the associative field and the discourse in the network.*

*The purpose of the research is to determine the semantic content of the lexeme 'aggression' on the basis of the comparative analysis of its dictionary definitions and associative field. The main tasks specified: 1) to form the lexical-semantic field of the lexeme 'aggression' on the basis of the dictionary definitions; 2) to develop the associative field of the lexeme-stimulus 'aggression' based on the results of the associative experiment; 3) to expand the developed field structure according to the comparative analysis of the formed fields; 4) to clarify the structure of the lexical-semantic field 'aggression' using the material of the social media texts. The object of the research is the semantic content of the lexeme 'aggression', and the subject is the lexico-semantic and associative fields of the said lexeme.*

*Lexicographic sources, the associative experiment and the Ukrainian-speaking segment of the social network Facebook as of 2021 serve as the main source base of the study.*

*At the first stage, the lexicographic sources were analyzed, and it was discovered that the interpretation of aggression as an armed attack of one state towards another is primary. However, modern dictionaries extend the meaning of this lexeme to the area of human relationships and the environment. It was established that the physical component of the concept of aggression prevails in the dictionaries of synonyms, while the lexeme-stimulus 'aggression' isn't present in the associative dictionaries. Taking this into account, the core and the periphery of the lexical-semantic field 'aggression' were defined.*

*At the second stage, a linguistic associative experiment was carried out. The experiment involved 90 people, a total of 90 responses to the stimulus 'aggression' were obtained, 44 of which were unique. Based on those, the core and the periphery of the associative field 'aggression' were developed, taking into account the criteria of non-random association.*

*At the third stage, the lexical-semantic and the associative fields were compared, and it was discovered that the dictionary definitions of the lexeme 'aggression' only partially correlate with the resulting associates.*

*At the final stage, the discourse in the social networks was analyzed. Based on the comparative analysis of the vocabulary definitions, the associative experiment and the analysis of the social media texts, seven main lexical-semantic groups were identified, forming the lexical-semantic field of 'aggression': «Feelings», «Manifestation of feelings», «State of hostility», «Violent act», «Object of aggression», «Aggressor», «Colors».*

*The proposed structure is subjective, therefore the improvement of the given lexical-semantic field is considered the next top priority.*

**Key words:** aggression, lexical-semantic field, associative field, social network, social media discourse, associative experiment.

УДК 811.161.2'27.373

**С. О. Нерян**

кандидатка філологічних наук,  
викладачка кафедри романо-германської філології та  
методики викладання іноземних мов  
Міжнародного гуманітарного університету  
Одеса

[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251854](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251854)

## КОНФЛІКТ І КООПЕРАЦІЯ В АРГУМЕНТАТИВНОМУ МЕРЕЖЕВОМУ ДИСКУРСІ

*Статтю присвячено характеристиці конфліктного та кооперативного типів комунікативної взаємодії в українському дискурсі соціальних мереж. Аналіз здійснено на матеріалі дописів і коментарів українськомовних користувачів соціальної мережі Facebook. Схарактеризовано основні максими спілкування за концепцією Г. П. Грайса та представлено кожну максиму в мережевому дискурсі. Простежено реалізацію вимог до кооперативного спілкування в мовленнєвій поведінці користувачів українськомовного сегменту мережевого дискурсу. Комунікативний конфлікт проаналізовано на матеріалі дописів і коментарів у соцмережах, визначено його сутнісні особливості та специфіку розгортання.*

**Ключові слова:** комунікативна взаємодія, конфлікт, кооперація, мережевий дискурс, соціальна мережа.

**Постановка проблеми.** Одним з ключових понять лінгвопрагматики є комунікативна взаємодія (інтерація). О. Селіванова визначає це поняття як «суб'єктно-об'єктно-суб'єктну діяльність учасників спілкування, що спрямована на інформаційний обмін і вплив на свідомість чи поведінку» людини [5, с. 602]. Дослідниця наголошує на специфіці інтерації у спонтанному безпосередньому спілкуванні та опосередкованій комунікативній взаємодії, зокрема за допомогою письмового чи друкованого тексту. Утім, вважаємо інтернет-комунікацію таким виявом інтерації, що об'єднує обидві форми взаємодії. З одного боку, мережеве спілкування є опосередкованим завдяки використанню технічних засобів і друкованої форми подання вербальної інформації, а з іншого боку, розраховане на миттєву реакцію адресата, хоч і є дистанційним.

**Ступінь дослідження проблеми в науці.** Дослідження мовних особливостей інтернет-комунікації і загалом інтернет-дискурсу мають певні традиції в зарубіжному (Н. Асмус, Л. Иванов, Д. Кристал, О. Лутовінова, М. Сидорова, Л. Щипіцина) та українському (О. Горошко, Л. Компанцева, О. Тищенко, С. Чемеркін) мовознавстві. Переважно в центрі уваги науковців постають проблеми термінології, комп'ютерної лексикографії, корпусної лінгвістики, проте питання комунікації в просторі соціальних мереж висвітлюються лише фраг-

ментарно. Лінгвопрагматичний аналіз такої специфічної взаємодії потребує залучення теоретичних праць із мовленнєвих жанрів, започаткованих М. Бахтінім і обґрунтованих у роботах Ф. Бацевича, А. Вежбицької, В. Дементьєва, Н. Кондратенко, К. Сєдова, Т. Шмельової тощо. Проблема визначення жанрів Інтернет-дискурсу ставала предметом дослідження в наукових розвідках Н. Ахренової, О. Горошко, Л. Капанадзе, Л. Компанцевої, М. Ульянової та ін. Проблеми лінгвопрагматичного аналізу текстів масової комунікації висвітлено в наукових розвідках Т. Ковалевської, А. Ковалевської, Н. Кутузи, М. Навальної, Н. Петлюченко, С. Потапенка, О. Селіванової, С. Форманової тощо.

**Мета дослідження** – проаналізувати кооперативні та конфліктні типи комунікативної взаємодії в соціальних мережах.

**Об’єктом** дослідження є дискурс соціальних мереж, а **предметом** – інтерактивна взаємодія користувачів соцмереж.

**Викладення основного дослідження.** У комунікативній взаємодії виокремлюють два основних типи взаємодії – кооперація і конфлікт (іноді – три: так, О. Селіванова визначає суперництво як «неконфліктне здорове спілкування» [185, с. 605]).

**Кооперативне спілкування** (співробітництво) було описано в працях Г. Грайса як основний принцип комунікативної взаємодії: «Твій комунікативний внесок мусить бути таким, якого потребує спільна мета спілкування» [3]. Визначальна риса комунікативного співробітництва полягає у налаштованості обох комунікантів на досягнення спільної мети, що забезпечується виконанням основних правил комунікативної взаємодії. Г. Грайс назвав їх максимами (постулатами) спілкування та виокремив максими якості, кількості, відношення і способу.

Г. Грайс у такий спосіб формулює основні максими спілкування: 1) максима кількості охоплює два постулати: «Твоє висловлення має містити не менше інформації, ніж потрібно (для виконання поточних завдань діалогу)», «Твоє висловлення не повинно містити більше інформації, ніж потрібно»; 2) максима якості також містить два конкретних постулати: «Не кажи того, що ти вважаєш хибним» і «Не кажи того, для чого в тебе відсутні достатні підстави»; 3) максима відношення представлена лише одним постулатом «Не відхиляйся від теми»; 4) максима способу представлена комплексом постулатів – загальним постулатом «Виражай думки зрозуміло» і комплексом конкретних постулатів: «Уникай незрозумілих виразів», «Уникай неоднозначності», «Будь лаконічним (уникай зайвого багатослів’я)», «Будь організованим» [3, с. 220–235]. Дослідник наголошує, що цей перелік постулатів є невичерпним і може бути розширений у подальшому. Отже, максима якості передбачає представлення істинної інформації, зміст якої відповідає дійсності; максима кількості вказує на потрібний обсяг поданої інформації, що повинен бути не більше і не менше необхідного для спілкування; максима відношення вказує на дотримання теми

розмови; максима способу визначає риторичні характеристики мовлення і вказує на необхідність уникати незрозумілих слів і конструкцій у спілкуванні.

Порушення принципу кооперативної взаємодії зумовлено недотриманням зазначених максим. Під час спілкування в соцмережах порушення максим викликає супротив в адресатів і зумовлює їхню реакцію у відповідь: вказівку на недотримання правил. Фіксуємо це в коментарях до дописів, зокрема наведемо приклади порушень максим з реакцією на це комунікантів. В основному дописі його авторка – українська письменниця С. Тараторіна запитала у читачів, у чому вони вбачають основну проблему нашої країни (сторінка С. Тараторіної у Facebook від 13.09.2019). Основні відповіді та обговорення було представлено в коментарях до цього допису, що демонструє порушення максим спілкування.

**Максима якості** порушується в разі репрезентації інформації, що є хибною або безпідставною, напр.:

Myroslav Koshyk *Основна проблема – радянська влада*

Svitlana Taratorina **такого поняття, як радянська влада вже немає**

Myroslav Koshyk Svitlana Taratorina €€€€€€

Svitlana Taratorina *ви кажете про постколоніальну травму або ж радянську свідомість, радянської влади як поняття немає* (Facebook, 13.09.2019).

Теза, яку висловлює мовець, повністю заперечується адресатом, який і вказує на невідповідність змісту наведеного висловлення дійсності. Для уникнення конфлікту адресат коментує своє заперечення через розтлумачення, інтерпретацію змісту того, що висловив мовець.

**Максима кількості** має два вияви порушень – наведення або надто великої кількості інформації, або надто малої кількості, що в обох випадках не сприяє ефективності комунікативної взаємодії. Так, подання зайвої, непотрібної інформації фіксуємо в наступному прикладі, що є відповіддю на питання, що не так в Україні:

Сергій Бутко **Звичка до горизонтальних зв'язків у соціумі, і тому тут не тримається вертикаль влади. Це не те щоб щось «не так» – це історично обумовлена організація соціуму, де кожен «хутор» – це мікроцарство зі своїм «царем»–господарем.) Центральна влада у вигляді царя або гетьмана була потрібна лише у військовий час, щоб організувати військо і піти десь комусь «навалить». Після цього, у мирному житті це втрачало сенс, тому що кожен прекрасно давав собі раду і без регулювання зверху, а між собою вже якось там тай домовлялись. Децентралізація і місцеве самоврядування – це, на мій погляд, найближче до ідеального державного устрою України, жорстка вертикаль, як, наприклад, у РФ тут просто не втримається, її зметуть (Яник лише намагався – і бачимо результат). Така собі реформована модель анархічного самоврядування Махно, але з оглядом на те, що часи зараз інші. Також відмітив би відсутність внятних перспектив в сенсі ідеологічного планування стратегії країни, тобто «куди ми йдемо найближчі 500 років і куди ми зби-**

*раємось прийти через 50». У китайців, наприклад, стратегічний план розписаний на ті ж 500 років уперед з відстежуванням зворотного зв'язку кожні 50 років (...).* Наведено фрагмент коментаря, що містить не стільки відповідь на поставлене питання, скільки міркування з цього приводу з поданням великого обсягу зайвої інформації, за якою втрачається основна думка.

Другий тип порушення – представлення недостатньої за обсягом інформації, напр.:

Roman Hardashuk *Відсталість інститутів.*

Svitlana Taratorina *Розшифруйте плз?*

Стисла відповідь, що не розкриває думки мовця, викликає у співрозмовника потребу в розширенні змісту, тому тут наявне спонукання до декодування змісту. Іntenція другого комуніканта зумовлена не непорозумінням, а саме відсутністю потрібної кількості інформації.

**Максима відношення** передбачає ухилення від теми розмови, а саме подання міркувань, що опосередковано співвідносяться з темою. У випадку відповіді на запитання це завжди має характер «паралельної» комунікації, коли мовець та адресат нібито обговорюють різні теми, напр.:

Roman Vynohradov *Багато людей не хочуть брати відповідальності за свої дії.*

Rodion Velychenko *до речі, пошуки «внутрішнього ворога» і «п'ятої колонії» – це теж форма зняття відповідальності з себе)*

Roman Vynohradov *і до чого ти це написав?*

Rodion Velychenko *до вищенаписаного*

Roman Vynohradov *чувак, або напиши нормально, що хочеш сказати, або не коментуй, бо поки що те, що ти написав, можна трактувати по різному. І своїм другим коментарем ясності ти зовсім не вніс.*

Один зі співрозмовників подає коментар до відповіді іншого, висловлюючи свою позицію, що жодним чином не стосується як поставленого питання, так і наведеної відповіді. Утім, на зауваження мовця адресат переконує, що його висловлення є доречним, тому вдруге заслуговує на формулювання порушення правил спілкування.

**Максима способу** охоплює різні постулати спілкування, проте всі вони риторичного характеру і скеровані на загальну зрозумілість мовлення для адресата. Порушення відбуваються різними способами, серед яких вживання термінів і понять, що можуть бути незрозумілими для адресатів, напр.:

Інна Ковалишена *Непропрацьована постколоніальна травма і все похідне.*

Також сюди належить використання багатозначних слів або понять із широким значенням, що може викликати нерозуміння адресатів через актуалізацію не того значення, яке мав на увазі мовець, напр.:

Олесь Манюк *Повна відсутність традиції філософського мислення.*

Svitlana Taratorina *Що ви маєте на увазі під філософським мисленням?*



Олесь Манюк *Це мислення про власне мислення, а може, здатність його трансформувати.*

З огляду на це мовець просить співрозмовника пояснити значення слова або розтлумачити поняття, щоб зрозуміти, в якому саме значенні його вжито.

Крім принципу кооперації, сформульованого Г. Грайсом, необхідно враховувати і принцип ввічливості Дж. Ліча, який вважав, що бути ввічливим – це надавати співрозмовнику той комунікативний статус, на який він претендує [3]. Дж. Ліч пропонує виокремлювати постулати спілкування, ґрунтуючись на сформульованому принципі Ввічливості: максими такту, великодушності, схвалення, скромності, згоди, симпатії, проте ці максими хоч і мають місце в АД в соцмережах, проте не визначають загальної специфіки використання стратегій і тактик. Спілкування загалом підпорядковано принципу ввічливості, що передбачає відповідну етикетність і ритуальність в обміні коментарями, напр.:

Volodymyr Kuznietsov *Світлана каже правильно – і насправді воно так є, заходи відвідуються, люди цікавляться, тусовка вирує. Я ж кажу, що ринок поки малуватий, щоб маркетинговий ефект став суттєвим фактором. І зазначаю що ярмарок є допоміжним, компенсаторним інструментом, який потрібен радше видавцям, ніж читачам/клієнтам. А так – всі праві* (Facebook, С. Тараторіна, 5.10.2019).

У наведеному коментарі реалізовано максимум згоду в межах принципу ввічливості: хоч комунікант і наводить власні міркування з приводу обговорюваної проблеми, але двічі погоджується з іншим учасником дискусії, експліцитно висловлюючи згоду.

О. Селіванова зазначає, що досягненню мети сприяє комунікативне пристосування, що передбачає зміну співрозмовниками моделі комунікативної поведінки «з метою пристосування до моделі партнера спілкування» [5, с. 604]. У соцмережі в межах АД комунікативне пристосування часто здійснюється через копіювання адресатом манери спілкування мовця, напр.:

Dmytro Drozdovskyi (...) *Ніхто нічим не пишається, правда. Хіба Борхес чи Далі. Але це тема не для дискусії з маузером. Living round a clock makes you a fart one day. But who cares...*

Михайло Наєнко *Щодо маузера – викинь цю дурницю з голови. Плагіат, як і проституція, це «несмываемая краска». Сам же написав, що довірився комусь-там, а вони нарobili ділов. Треба просто помовчати і «працювать, працювать безумовно» (П. Граб). І воно само виправиться. Навіть Байрон і Гете потрапили були в подібну ситуацію, але це не завадило їм залишитися в класиках...*

Dmytro Drozdovskyi Михайло Наєнко *так, Ви маєте рацію. Тільки праця може виправити все. Цим і живу. Дякую* (Facebook, 3.11.2019).

Бурхлива дискусія літературознавців, фрагмент якої тут представлений, була скерована на обговорення плагіату в монографії одного зі співрозмовни-



ків – Д. Дроздовського. У першому коментарі він апелює до відомих культурних діячів – письменника Х. Борхеса і художника С. Далі, а також вдається до гри слів в англійському вислові, використовуючи навіть жаргонізм, пояснюючи в такий спосіб свою завантаженість, наслідком чого стала неякісна наукова робота. Його співрозмовник М. Наєнко демонструє володіння прецедентними текстами як літературознавець високого рівня і цитує П. Грабовського, а також так само апелює до мистецьких авторитетів – Дж. Байрона і Й. Гете. Саме в цьому вбачаємо підлаштування до манери висловлення мовця: цитати, алюзії, прецедентні феномени. Результатом маємо повне порозуміння комунікантів, що і засвідчує останній коментар.

**Конфліктне спілкування** відбувається як реалізація комунікативного конфлікту, що характеризується «неузгодженістю намірів, стратегічних програм комунікантів, асиметричним відношенням між ними, дисбалансом статусів обличчя, результатом чого переважно є припинення спілкування, небажання подальшого продовження комунікації» [5, с. 604]. Конфлікт протиставляють кооперації, але не вважають його деструктивною формою комунікативної взаємодії, оскільки він зумовлює пошук нових шляхів розв'язання проблеми. А. Корольова зазначає, що «однією з позитивних функцій конфлікту є зняття напруги між опонентами, забезпечення вільного виходу почуттів ворожечі та підтримка взаємин» [4, с. 49]. Комунікативний конфлікт часто є результатом комунікативної невдачі, тому зумовлює непорозуміння між співрозмовниками, напр.:

*Petro Terentiev* Дмитрій Мурин *чим українські люди відрізняються від англійських людей чи німецьких? У них різна кількість рук чи ніг? Може дві голови чи є хвіст?*

Дмитро Мурін *Petro Terentiev я навіть не знаю що вам відповісти на це. Сподіваюсь, ви хоч якісь книжки колись читали* (Facebook, 13.09.2019).

У цьому діалозі нерозпізнання інтенції мовця – іронія – призводить до відповідної реакції з боку адресата, який вдається до прихованих образ, натякаючи на низький інтелектуальний рівень співрозмовника.

Проблемі конфліктного спілкування присвячено чимало наукових праць (Ф. Бацевич, Л. Білоконенко, Н. Войцехівська, І. Гулакова, Н. Дяченко, А. Ішмуратов, А. Корольова та ін.), у яких розтлумачено особливості конфліктної взаємодії. Так, Н. Войцехівська визначає конфлікт як комунікативне явище, що «означає вербальний контакт двох і більше мовців, який здійснюється на перетині осей простору і часу мовними і немовними засобами з приводу референта та передбачає використання певних стратегій, тактик і прийомів, уживаних згідно з комунікативними намірами та контекстом задля досягнення власної інтенції, що, не збігаючись у мовців, становить об'єкт непримиренних суперечностей» [2, с. 94]. Зважаючи на це, конфлікт передбачає відсутність спільної комунікативної мети і небажання її досягти, що спричиняє використання відповідних КС у спілкуванні.

Наведемо фрагмент конфліктного спілкування між двома відомими літературознавцями С. Тримбачем і Д. Дроздовським, до якого долучилися інші учасники дискусії, що відбувалася на сторінці С. Тримбача в соцмережі Facebook:

*Sergiy Trymbach 2 години тому Dmytro Drozdovskyi на своїй сторінці у ФБ обдарував своїх прихильників (а такі є) новими одкровеннями. Зокрема, дав нові визначення тим, хто зафіксував його інтелектуальну крадіжку: «А усім недоброзичливцям бажая здоров'я й мудрості, світла і добра. Той бенкет мертвої плоті, той шарварок некрофілії, який утворився через плагіат, навряд чи був спроектований на конструктив і допомогу». Нічогенько! Дроздовський підтверджує тут же, що давав завдання якимось людям доробити текст своєї докторської (!) дисертації, а вони – вони «помилились». Помилились, і от тепер ДД «осмислює цей досвід». **Хвілософ**, словом, постпост... Тільки ж незрозуміло чого тоді «недоброзичливці», які схопили злодія за руку, є проявом, навіть бенкетом «мертвої плоті». **Злодій Дроздовський** – це «живе», а ті, хто проти цього постав – «некрофілія». І, Дроздовський, ну не смішіть своєю позою всепрощення мудрого, заледве не апостола правди і науки. Ви проігнорували заповідь «Не укради», а тепер учите нас моралі... Гидко це, хоча ж не зрозуміє – сам, здається, повірив у те, що говорить і пише.*

*Dmytro Drozdovskyi Sergiy Trymbach ніхто нікого не вчить, не вчив і вчити не збирається. Світла і добра! Щиро (Facebook, 3.11.2019).*

В основному дописі фіксуємо покликання до висловлення співрозмовника, оцінку його дій з оперттям на конфліктну стратегію, ознакою якої є звинувачення, образи і приниження іншого комуніканта, хоч і цілком аргументовані, що підтверджують наведені цитати з допису опонента. При цьому зазначимо, що допис не був прямо адресований опоненту, хоч автор і позначив у формі гіперпосилання Д. Дроздовського, що власне і зумовило вербальну реакцію останнього у формі коментаря. Цей коментар містить не розгортання конфлікту, а навпаки – його ігнорування, тобто кооперативну реакцію адресата. Зважаючи на це, Л. Білоконенко зазначає, що неуспішна комунікація «є протилежною, а не ворожою подією щодо успішною, вона лише констатує помилковість прийнятих раніше людьми рішень» [1, с. 29].

За таких умов комунікативний конфлікт є поштовхом до пошуку спільного рішення або спробою подивитися на проблему з іншого боку, навіть якщо співрозмовники не змінюють своєї думки, напр.:

*Yarsi Kreshana А державний сектор неймовірно роздутий. Там просто купа зайвих людей і зайвої роботи «перекладання папірців». І поки нижні ланки працюють за мінімалку, не задаючи питань, купу схем з виводу грошей в кублах повище крутиться. Рівня начальників жеку, завкафедри, головлікарів, тощо тощо. І мотивації щось створювати міняти чи піднімати – не буде ні разу, адже ж люди і за копійки готові. Відкрию страшну таємницю – мінімалка обмежує нижню межу зарплати, верхню встановлює роботодавець (...).*

Тетяна Куденко *Залишайтеся із вашою думкою. я вважаю інакше. кожна праця, а вона мало чим відрізняється в державних садочках від приватних, скажімо, має бути оплачувана так, щоб людина могла не просто вижити, а жити гідно (...)* (Facebook, 13.09.2019).

Мовець послідовно аргументує висловлену тезу, наводячи емоційні докази та висловлюючи неповагу до співрозмовника, наголошуючи на його необізнаності й некомпетентності щодо обговорюваного питання. Адресат намагається уникнути конфлікту і, не погоджуючись з мовцем, ввічливо відстоює свою позицію. Саме такий тип конфлікту переважно характерний для аргументативного мовлення в соцмережах.

**Висновки і перспективи дослідження.** В аргументативному дискурсі в соцмережах виокремлено конфліктну та кооперативну взаємодію. Для кооперативної мовленнєвої поведінки характерна настанова на співпрацю, співробітництво з адресатом, що в соціальних мережах часто експліковано за допомогою відповідних звернень, діалогічності, апеляції до співрозмовників тощо. Метою кооперації є прагнення переконати співрозмовника і змінити його думку, а метою конфліктних – заперечення чужої думки і переконання в її хибності. У конфліктній взаємодії йдеться про вербальну агресію, скеровану на опонента та відсутність конструктивної взаємодії.

## Література

1. Білоконенко, Л. А. (2015). *Українськомовний міжособистісний конфлікт*. Інтерсервіс.
2. Войцехівська, Н. К. (2018). *Конфліктний дискурс: структурно-семантичний і комунікативно-прагматичний аспекти*. Видавничий дім Дмитра Бураго.
3. Грайс, Г. П. (1985). Логика и речевое общение. *Новое в зарубежной лингвистике: Лингвистическая прагматика*. 16, 217–237. Прогресс.
4. Корольова, А. В. (2008). Стратегії і тактики комунікативної поведінки учасників спілкування в ситуації конфлікту. *Studia-Linguistica*, 1, 48–53.
5. Селіванова, О. О. (2008). *Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми*: підручник. Довкілля-К.

## References

1. Bilokonenko, L. A. (2015). Ukrainian-language interpersonal conflict. [Ukrainskomovnyi mizhosobystisnyi konflikt]. Interservis.
2. Voytsekhivs'ka, N. K. (2018). Conflict discourse: structural-semantic and communicative-pragmatic aspects [Konfliktnyi dyskurs: strukturno-semantychnyi i komunikatyvno-prahmatychnyi aspekty]. Vydavnychyy dim Dmytra Buraho.
3. Grice, G. P. (1985). Logic and speech communication. [Logika i rechevoe obshchenie]. *New in foreign linguistics: Linguistic pragmatics*, 16, 217–237.
4. Korolova, A. V. (2008). Strategies and tactics of communicative behavior of communication participants in a conflict situation [Stratehii i taktyky komunikatyvnoi povedinky uchasnykiv spilkuvannia v sytuatsii konfliktu]. *Studia-Linguistica*, 1, 48–53.
5. Selivanova, O. O. (2008). Modern linguistics: directions and problems. [Suchasna linhvistyka: napriamy ta problemy]. Dovkillya-K.

**Neryan S. O.**

## **CONFLICT AND COOPERATION IN ARGUMENTATIVE NETWORK DISCOURSE**

*The article is devoted to the characteristics of conflict and cooperative types of communicative interaction in the Ukrainian discourse of social networks. The analysis is based on posts and comments from Ukrainian-speaking users of the social network Facebook. The main maxims of communication according to the concept of G. Grice are characterized and each maxim in network discourse is presented. The implementation of the requirements for cooperative communication in the speech behavior of users of the Ukrainian-speaking segment of network discourse is traced. The communicative conflict is analyzed on the basis of posts and comments on social networks, its essential features and specifics of deployment are determined.*

**Key words:** *communicative interaction, conflict, cooperation, network discourse, social network.*

УДК 81'255.4:811.111+659.1

**О. Ю. Семененко**

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри прикладної лінгвістики  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

**Є. Ф. Верзілова**

магістр кафедри прикладної лінгвістики  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова  
[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251855](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251855)

**ВЕРБАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАКЛИНАНЬ У РОМАНАХ  
ДЖ. РОУЛІНГ ПРО ГАРРІ ПОТТЕРА:  
ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ**

*У статті розглянуто особливості перекладу романів Дж. Роулінг про Гаррі Поттера українською мовою. Проаналізовано фонетичні і лексичні особливості заклинань як оказіоналізмів. Простежено зв'язок між фонетичною формою і значенням заклинань. Представлено класифікацію магічних формул у романах Дж. Роулінг. Схарактеризовано всі перекладацькі трансформації, використані в українських перекладах. Проаналізовано перекладацькі стратегії магічних формул-заклинань в українських перекладах.*

*Ключові слова:* переклад, магічна формула, заклинання, реалія, українська мова.

**Постановка проблеми.** У літературних творах заклинання – це «чарівні формули», вимовлені героями для певного впливу на різні сфери навколишньої дійсності. З лінгвістичної точки зору, заклинання, що є послідовністю вимовлених звуків і спрямованих на досягнення певного ефекту, має власний план вираження – свою звукову форму – і власний план змісту. План змісту розкривається у тому, що заклинання має спрямованість на перетворення навколишнього світу. Заклинання з давніх часів виконували магічну функцію мови, що проявляється, зокрема, у тому, що слова здатні викликати уявлення, образи предметів, істот, які не існують взагалі. Містична функція мови полягає у вірі людей у можливість за допомогою слова викликати богоявлення, оживити мертвих, подіяти на певний предмет чи особу, підкоряючи їх своїй волі. Це виявляється в намаганні засекретити назви тих предметів, які необхідно забезпечити від ворожого впливу, у вірі, що вимовлене слово може накликати хворобу, нещастя, нанести шкоду.

Заклинання в романах про Гаррі Поттера не типові з точки зору дистрибутивної норми англійської мови: довжина більшості заклинань перевищує середню довжину англійського слова, консонантний коефіцієнт більшої частини заклинань нижче середнього. Видається вважати, що фонотактична не-

типовість ґрунтується на етимологічних особливостях заклинань. Більшість із них походить від латинської мови: до латинських дієслів першої особи однини сьогодення, латинських іменників або прикметників і морфологічно або фонетично видозміненим словам. Число останніх перевищує число текстів з інших етимологічних груп заклинань, у тому числі освічених з інших мов (грецької, французької, італійської, англійської) та заклинань-гібридів, у яких поєднуються різні мови.

Окрему увагу перекладачів-практиків та спеціалістів з теорії перекладу заслуговує переклад художніх творів. Для перекладачів – це своєрідний виклик їх майстерності, адже потребує залучення у процес перекладу багатьох фонових знань, високого рівня мовних навичок як мови оригіналу, так і мови перекладу і, безперечно, творчого підходу протягом усього процесу роботи.

**Об'єктом** дослідження є проблема перекладу магічних реалій у контексті фентезійних текстів.

**Ступінь дослідження питання в лінгвістиці.** Поняття реалії використовується в лінгвістиці та теорії перекладу вже більше ніж половину століття і за цей час, відбулись великі зміни в лінгвістиці й в теорії перекладу як лінгвістичній дисципліні. Є. Верещагін і Г. Костомаров зазначали, що «в лексиці кожної мови можна помітити слова, які відображають специфіку народу» [1, с. 16]. Такі слова у лінгвістиці мали назву «безеквівалентна лексика», тобто мовні одиниці, які властиві мові оригіналу та не мають точних аналогів у мові перекладу. Вперше у перекладознавстві поняття «безеквівалентної лексики» досліджується у роботі А. Федорова «Про художній переклад» [6, с. 201]. М. Кочерган вважає, що безеквівалентна лексика, як правило, становить не більше 6–7% загальної кількості активно вживаних слів [4, с. 172].

Реалія – явище позамовне, лише предмет матеріального світу, а не слово, що його позначає. С. Влахов і С. Флорін представили повну характеристику, класифікацію і способи перекладу реалій. У своїй роботі науковці запропонували розрізняти два поняття: «реалія-предмет» і «реалія-слово». У першому випадку розуміють матеріальні предмети, речі, які існували або існують досі. З іншого боку, в перекладознавстві поняттям «реалія» позначають здебільшого слова, які існують на позначення вигаданих предметів і речей [2, с. 69]. Відповідно до концепції Г. Томахіна, реалії – це назви, властиві лише певним націям та народам, предметів матеріальної культури, фактів історії, державних інститутів, імена національних і фольклорних героїв, міфологічних істот тощо [5, с. 5]. З огляду на те, що на сучасному етапі розвитку мовознавства існує велика кількість дефініцій поняття «реалія», логічним є існування багатьох різновекторних класифікацій реалій, які розрізняються не тільки номінально, але і за факторами поділу мовних одиниць. Класифікація реалій представлена в роботах таких вчених, як А. Супрун, Б. Репін, А. Реформатський, В. Уваров, В. Крупнов, В. Виноградов, С. Влахов та С. Флорін.



**Виклад основного дослідження.** Чарівний світ Дж.К. Роулінг з книг про «Гаррі Поттера» не дуже відрізняється від реального. Крім справжньої магії, за її вигаданими творами стоїть безліч реальних натхнень. Заклинання, що використовуються – відмінний приклад. У багатьох випадках Дж.К. Роулінг переробила класичну латину та створила нові слова. Заклинання в семи романах і одній п'єсі про Гаррі Поттера є короткими магичними формулами, які герої вимовляють для створення різного роду чудес. Усього було виявлено 91 заклинання; за сюжетом знайдені тексти характеризуються різними ефектами та галузями застосування.

Звукова форма заклинань у серії романів про Гаррі Поттера характеризується певними відхиленнями від правил дистрибуції фонем англійської мови. По-перше, більша частина текстів перевищує середню довжину англійського слова [3]. Наприклад, заклинання *Alohomora*, *Sectumsempra*, *Liberacorpus*, *Piertotum Locomotor* та ін. відрізняються від конвенційно структурованих слів англійської мови не типовою довжиною звукового складу: /ə, ləʊhə'məʊrə/ – 9 фонем, 5 складів, /, sektəm'sempɾə/ – 12 фонем, 4 склади тощо. Було виявлено, що 68% заклинань мають цю фонотактичну особливість. По-друге, з точки зору співвідношення приголосних і голосних у звуковій формі, більшість досліджуваних заклинань мають занижений консонантний коефіцієнт. Наприклад, у звуковому складі таких заклинань, як *Aparecium* /aerəgi: siəm/, *Relashio* /rɪ'læʃiəʊ/, *Geminio* /dʒɪ 'miniəʊ/ та ін. використовується більше голосних, ніж приголосних. Практично третина текстів мають консонантний коефіцієнт, що становить 1: у звуковій формі таких заклинань використовується рівна кількість приголосних і голосних (наприклад, *Serpensortia* /, sɜ:pən'sɔ:tiə/ – 5 приголосних, 5 голосних; *Avada Kedavra* /ə'vɑ:də kə' d.). Усього 78% заклинань характеризується заниженим консонантним коефіцієнтом. По-третє, більшість заклинань має не типову для англійської оформлення результату 47 слова.

Так, заклинання *Impervius*, *Fidelius* та ін. мають закінчення (–ius), невластиве більшості слів англійської; оформлення –ium мають заклинання *Aparecium*, *Wingardium Leviosa* та ін., –ia – *Serpensortia*, *Salvio Hexia* та ін., io – *Revelio*, *Silencio* та ін. Можна вважати, що подібні відхилення від правил дистрибуції в звуковій формі заклинань можна пояснити їх етимологією: логічно припустити, що іншомовне за походженням заклинання матиме нетипову для англійської звукову форму.

Заклинання серії творів про «Гаррі Поттера» можна розділити на кілька груп, залежно від їхніх етимологічних особливостей.

1. Першу групу складають заклинання, що походять від латинських дієслів 1-ої особи однини теперішнього часу. Наприклад, дія заклинання *Accio* – рух різних предметів; латинською мовою дієслово «ассіо» перекладається «я закликаю». До цієї групи входять: *Crucio* (лат. «я катую»), *Diffindo* (лат. «я розколюю»), *Evanescio* (лат. «я зникаю») з відповідними діями заклинань та інших. Усього було знайдено 19 відповідних заклинань.

2. Другу групу також складають заклинання, які мають за основу латинські іменники і прикметники: *Avis* – лат. «птах» (чаклує птахів), *Impedimenta* – лат. «перешкоди» (збиває з ніг супротивника), *Impervius* – лат. «непрохідний» (відштовхує рідину) тощо. Усього було знайдено 7 таких заклинань.

3. До третьої групи входять заклинання, які мають за основу слова латинської мови з певними морфологічними або фонетичними змінами. Наприклад, заклинання *Aparecium*, здатне виявляти невидимі написи, перегукується з латинським дієсловом «appareo» – «проявляю», проте відрізняється від нього доданим закінченням, притаманним латинським іменникам. У деяких випадках спостерігається словоскладання: *Expelliarmus* – обеззброююче заклинання (лат. *Expello* – виганяю, лат. *Armus* – зброя). Усього було знайдено 44 заклинання, які належать до цієї групи.

4. У низці випадків заклинання може складатися з частин, що походять від різних мов. Наприклад, заклинання *Relashio*, що звільняє від кайданів, ймовірно, походить від французького дієслова «relâcher» – «звільняти». Однак закінчення цього заклинання нагадує ті, що мають заклинання першої групи. Заклинання *Meteoloinx Recanto*, за допомогою якого можна зняти дію заклинань, що зачарували погоду, також входить у цю групу. З одного боку, за значенням і за звуковим і морфологічним складом частина *meteolo* – сходить до англ. «meteorology» – «метеорологія», що в свою чергу є грецьким «μετεωρολογία» з тим самим значенням. З іншого, «Recanto» – це латинське дієслово першої особи однини теперішнього часу, що перекладається як «розчаровую». Частина «jinx» перегукується з відповідним англійським словом, що має значення «прокляття, чари». Зважаючи на це, заклинання має і грецьку, і латинську, і англійську частину. Усього було знайдено 9 заклинань-гібридів.

5. Заклинання, що походять з інших мов, безпосередньо сягають грецької мови. «*Anarneo*», заклинання, що прочищає дихальні шляхи, відсилає до грецького «Αναπνέω» – «вдихати»; чарівна формула «*Episkey*» зцілює невеликі рани і, ймовірно, перегукується з грецьким словом «επισκευή», що означає «лагодити». Також було виявлено три заклинання, що складаються з англійських слів або їх частин, іноді видозмінених: «*Langlock*» – позбавляє дару мови («*language*» – «мова» і «*lock*» – «блокувати»), «*Point me*» – спрямовує по вірному курсу, «*Pack*» – пакує речі. Усього було знайдено 10 таких заклинань.

З погляду семантики, важливо зазначити, що незважаючи на те, що спектр значень, тобто ефектів, заклинань досить широкий, було виявлено ряд схожих у семантичному відношенні текстів, які були розподілені на кілька груп.

1. Заклинання, пов'язані зі значенням «вплив на об'єкт шляхом збільшення його розміру» Для семантики деяких заклинань характерна сема «збільшення об'єкта». Наприклад, за допомогою *Engorgio* можна збільшувати розмір різних предметів, заклинання *Densaugeo* збільшує зуби, *Sonorus* «робить більше» голосу, тобто збільшує його гучність. Заклинання *Alohomora* відкриває замкнені двері, тобто розширює простір для проходу і т.д. Усього було виявлено 8 тек-

стів, віднесених до цієї групи. Отже, спираючись на вищевказане спостереження і загальну сему значень заклинань цієї групи, можна говорити про звукозображальний зв'язок між звуковою формою і значенням цих чарівних текстів.

2. Заклинання, пов'язані зі значенням «зменшення об'єкта» або «вплив на маленький об'єкт».

Наступні заклинання містять цього «вплив на маленький об'єкт» або «зменшення»: *Diffindo* (розколює об'єкт на дрібні частини), *Avis* (чарує зграю маленьких птахів), *Episkey* (зцілює невеликі рани), заклинання *Obliviate* стирає пам'ять, тобто зменшує обсяг спогадів та інших. Всього було знайдено 7 заклинань із цією семантичною особливістю. Слід зазначити, що звукова форма текстів вищезгаданих груп не асоціюється повною мірою зі своїми ефектом. Так, заклинання *Diffindo*, *Reducio*, *Descendo* містять у своїй звуковій формі фонему заднього ряду /əʊ/, яка може асоціюватися з предметами великого розміру, тоді як заклинання *Engorgio*, *Erecto*, чия звукова форма пов'язується зі значенням збільшення об'єкта, містять фонему переднього ряду.

3. Бойові заклинання. Деякі заклинання діють як зброя: з їхньою допомогою можна відштовхнути, оглушити, підкорити супротивника або підірвати якийсь предмет.

Аналіз звукової форми заклинань показав, що три тексти (*Imperio*, *Obliviate*, *Legilimens*) у звуковій формі містять голосні переднього ряду: /ɪ/, /i/, /e/, /ei/, /iə/. Понад те, заклинання /ɪm'riəri, əʊ/ і /ə'blivi, eɪ/ характеризуються асонансом подібних фонем /iəɪ/ і /i/; /ɪ/, /i/ та /ei/. Можливо припустити, що голосні переднього ряду у цих заклинаннях пов'язують із зменшенням волі противника, якого діє заклинання: сила волі придушуеться гіпнозом, проникненням у свідомість, позбавленням спогадів. Асонанс у заклинаннях *Imperio* і *Obliviate*, таким чином, набуває фоносемантичної значущості. Хоча заклинання, пов'язані з відштовхуванням, різноманітні щодо звукової організації, у тому формі можна знайти загальний компонент: вони містять такі групи типів фонем. Можливо вважати, що звукові послідовності у формі цих заклинань можуть відтворювати звучання, що асоціюється з дією текстів: вибухом, відштовхуванням; т.е. звукова форма бойових заклинань цієї групи має звуконаслідувальні послідовності фонем, що викликають слухові асоціації, що відповідають дії заклинань.

У Росії навколо перекладу книг про Гаррі Поттера було чимало скандалів. Шанувальники «Поттеріани» вимагали замінити перекладачку Марію Співак, оскільки вважали, що із завданням вона не впоралася. У книгах справді було багато дивного. Так, Северус Снейп був Злотеусом Снейпом. Невіл Лонгботом – Невілом Дліннопопом. Луна Лавгуд – Псіхуной Лавгуд і так далі. Були й перли на кшталт: «Місіс Дурслей, худа блондинка, мала шию подвоєної довжини».

Про труднощі перекладу «Гаррі Поттера» розповів перекладач «Поттеріани» українською мовою Віктор Морозов. Його переклад визнаний одним із найкращих у Європі: «коли літературні агенти Джоан Роулінг погодилися нам

надати права, вони надіслали нам величезний список слів, які вони просто забороняли перекладати інакше. Тому нічого не залишалося робити, окрім як усе залишати, як воно було в оригіналі: Гаррі Поттер, а не Грицько Гончар і так далі. І тільки в окремих випадках вирішував змінювати назву, якщо дуже важко було вимовити її. Наприклад, там є кіт Крукшенкс, і говорити «Крукшенкс, Крукшенкс» дуже складно, складно і читати, і говорити. Тому я його назвав Криволапик. І кілька інших моментів. Решту я залишав, як було в оригіналі».

Серед заклять та чарів (91 лексичних одиниць, далі – ЛО) поширеним способом передачі є транслітерація, наприклад:

1. Апареціум – *Aparecium*;
2. Вінгаріум Левіоса – *Wingardium Leviosa*;
3. Глісео – *Gliseo*;
4. Дуро – *Duro*;
5. Лумос – *Lumos*;
6. Локомотор – *Locomotor*;
7. Імперіус – *Imperius*;
8. Круціатус – *Cruciatus*;
9. Портоберто – *Portaberto*;
10. Перікулюм – *Periculum*;
11. Протего – *Protego*;
12. Ревеліо – *Revelio*;
13. Репаро – *Reparo*;
14. Петріфікус Тоталус – *Petrificus Totalus*;
15. Авада Кедавра – *Avada Kedavra*.

За результатами дослідження, виявилось, що найчастіше транскрибування використовувалось в словах із літерами *g* та *x*, адже в українській мові немає відповідників, та дифтонгами *sh*, *ou*:

1. Експеліармус – *Expelliarmus*;
2. Експекто патронум – *Expecto Patronum*;
3. Екпульсо – *Expulso*;
4. Екскуро – *Excuro*;
5. Енгорджіо – *Engorgio*;
6. Джемініо – *Geminio*;
7. Нокс – *Nox*;
8. Релашіо – *Relashio*;
9. Спанджифай – *Spongify*;
10. Інаніматус Конжурис – *Inanimatus Conjurus*;
11. Денсогіо – *Densaugeo*

Логіка використання обраних перекладацьких технік є послідовною – письменниця в оригіналі, базуючись на запозиченнях, вигадала певну лексику – таким чином, для англomовного читача ця лексика також є таємничою, тобто зберігає твою сакральність. Це ж саме було зроблено у тексті перекладу.

Однак не всі заклинання та чари були перекладені через їхнє графічне чи фонетичне утворення. Певну частину автор утворила на основі лексики англійської мови шляхом словоскладання, аналогії чи телескопії для полегшення розуміння заклять. У таких випадках логічним для перекладача здалося використати такі трансформації, що адекватно передадуть їхнє лексичне значення, тобто зробити так, щоб зберегти інтенцію автора стосовно розуміlosti сенсу таких заклинань. До обраних перекладачем трансформацій для передачі такого типу заклинань належить насамперед калькування, яке зберігає внутрішню структуру слова та значення кожного складника:

1. Антироз'явне закляття – Anti-Disapparition Jinx;
2. Засліплювальні чари – Bedazzling Hex;
3. Закляття вікової межі – Age-Line Spell;
4. Закляття-нетурбуваття – Not Disturbig Charm;
5. Закляття для очищення організму – Entrail-Expelling Curse;
6. Вибухове закляття – Blasting Curse;
7. Роз'явлення – Disapparating;
8. Розілюзнення – Disillusionment;
9. Жалюче закляття – Stinging Jinx;
10. Кольорозмінне закляття – Colour Change Charm;
11. Котячий концерт – Caterwauling Charm;
12. Метеокляття – Metheo Hex;
13. Мінливе замовляння – Changing Spell;
14. Незламні чари – Unbreakable Charms;
15. Слимакоблювальне закляття – Slug-vomiting Charm;
16. Бульбашкоголові замовляння – Bubble-Head Charm;
17. Чари довіри – Fidelius Charm;
18. Чари проти списування – Anti-Cheating Spell.

Також перекладач активно утворював оказіоналізми. У виокремлених нами українських еквівалентах назви чар утворені з двох елементів: 1) слова «закляття» або «замовляння» та 2) слово, яке передає семантичне значення та римується з першим елементом:

1. Закляття-зникаття – Obliteration Charm;
2. Замовляння-викликання – Summoning Charm;
3. Замовляння-нетурбування – Imepturbable Charm;
4. Замовляння-піднімання – Levitation Charm;
5. Замовляння-спотикання – Trip Jinx.

Також прикладами утворення перекладачем власних оказіоналізмів є передача таких заклинань, як *Flame-Freezing Charm*, *Muffliato*, *Langlock*, – Вогне-морозко, Глушилято, Язиколіп відповідно.

Певні оказіональні утворення отримали кілька варіантів передачі українською мовою: *Permaten Sticking Charm* – закляття-приклеяття/ приклеювальні чари.

Особливої уваги потребують закляття *Stupefy*, *Incarcerous*, *Obliviate*, *Scourgify* та їх передача українською мовою. Перші три відповідно В. Морозов передав через імперативні форму дієслів із додаванням латинського суфіксу –ус, аби не руйнувати атмосферу магичності та оказіональності цих слів, тобто Заклятус, Зв'язатус та Забутіттус відповідно. Для закляття *Scourgify* перекладач утворив оказіоналізм Брудозникс, який завдяки суфіксу –с нагадує слово латинського походження.

Неординарний підхід у передачі оказіоналізмів також стосується назв чар *Fiendfyre*, *Fidelius Charm*, *Stealth Sensoring Spells*, *Memory Charm*, що у перекладі зложар, чари Довіри, хитрочуйні чари та чари забуття відповідно.

Інновація у передачі *Fiendfyre* виділяється тим, що стилізована під давньоанглійську лексику, адже *fyr* – давньоанглійський варіант написання слова *fire*. У свою чергу *fiend* має негативну конотацію та означає «диявол, демон».

*Fidelius Charm* – одне з заклять, що утворене запозиченням, зокрема з латини. У випадку цього заклинання перекладач вирішив розкрити його значення, як ми вважаємо, ґрунтуючись на контекст твору та сюжет роману.

*Stealth Sensoring Spells* в оригінальному тексті мають чітко виражену алітерацію звука /s/, що, нажаль, не змогли передати в українському перекладі. Проте у випадку з цим заклинанням перекладач взяв до уваги внутрішню форму, а не зовнішню, та саме це передав у перекладі.

Висновки дослідження. Звукова образність заклинань «Гаррі Поттера» має різну природу. Так, всі тексти, що містять у семантиці компонент значення «збільшення об'єкта», іконічні в тому, що в звуковому складі містять голосні заднього ряду, що пов'язуються з позначення предметів великого розміру. Усі заклинання, пов'язані зі зменшенням об'єктів, навпаки, містять голосні переднього ряду. Основний зміст заклинань та сакральних текстів полягає у незрозумілості. Такі слова чи словосполучення повинні мати особливу магію, що прослідковується не на рівні семантики, а на рівні фонотактики та звукосимволізму. Заклинання за своєю природою не повинні бути семантично інтерпретованими, якщо їх автор не мав того на меті. З точки зору семантики заклинання – аномальні тексти, які можуть втратити свою магічність та сакральність, якщо стануть зрозумілими. Завдяки своїй незрозумвлості та фонотактичним, фоностилістичним та фоносемантичним особливостям заклинання зберігають сакральність.

## Література

1. Верещагин, Е. М., Костомаров, В. Г. (2000). *Язык и культура*. Наука.
2. Влахов, С., Флорин, С. (1986). *Непереводимое в переводе*. Международные отношения.
3. Зубкова, Л. Г. *Принцип знака в системе языка*. URL: <https://goo.su/aM80>
4. Кочерган, М. П. (2006). *Загальне мовознавство: підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти*. Видавничий центр «Академія».
5. Томахин, Г. Д. (1998). *Реалии-американизмы*. Высшая школа.
6. Федоров, А. В. (2002). *Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): навч. посіб.* ООО «Издательский Дом «Филология три».



7. Ролінг, Дж. К. (2002). *Гаррі Поттер і Філософський камінь*; пер. з англ. В. Морозов. А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА.
8. Ролінг, Дж. К. (2002). *Гаррі Поттер і Тасмна кімната*; пер. з англ. В. Морозов. А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА.
9. Ролінг, Дж. К. (2002). *Гаррі Поттер і В'язень Азкабану*; пер. з англ. В. Морозов. А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА.
10. Ролінг, Дж. К. (2003). *Гаррі Поттер і Келих вогню*; пер. з англ. В. Морозов. А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА.
11. Ролінг, Дж. К. (2003). *Гаррі Поттер і Орден Фенікса*; пер. з англ. В. Морозов. А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА.
12. Ролінг, Дж. К. (2005). *Гаррі Поттер і Напівкровний принц*; пер. з англ. В. Морозов. А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА.
13. Ролінг, Дж. К. (2007). *Гаррі Поттер і Смертельні реліквії*; пер. з англ. В. Морозов. А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА.
14. Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Chamber of Secrets*. Bloomsbury Publishing Plc.
15. Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Deathly Hallows*. Bloomsbury Publishing Plc.
16. Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Goblet of Fire*. Bloomsbury Publishing Plc.
17. Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Half-Blood Prince*. Bloomsbury Publishing Plc.
18. Rowling, J. K. (2003). *Harry Potter and the Order of the Phoenix*. Bloomsbury Publishing Plc, 2003.
19. Rowling, J. K. (2000). *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. Bloomsbury Publishing Plc.
20. Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Prisoner of Azkaban*. Bloomsbury Publishing Plc.

## References

1. Vereshchagin, E. M., Kostomarov, V. G. (2000). *Language and culture* [Yazyk i kul'tura]. Nauka.
2. Vlahov, S., Florin, S. (1986). *Untranslatable in translation* [Neperevodimoe v perevode]. Mezhdunarodnye otnosheniya.
3. Zubkova, L. G. *The sign principle in the language system* [Printsip znaka v sisteme yazyka]. URL: <https://goo.su/aM80>
4. Kocherhan, M. P. (2006). *General Linguistics* [Zahalne movoznavstvo: pidruchnyk dlia studentiv filolohichnykh spetsialnostei vyshchyykh zakladiv osvity]. Vydavnychiy tsentr «Akademiiia».
5. Tomakhin, G. D. (1998). *Realities-Americanisms* [Realii-amerikanizmy]. Vysshaya shkola.
6. Fedorov, A. V. (2002). *Fundamentals of the general theory of translation (linguistic problems)*. [Osnovy obshchey teorii perevoda (lingvisticheskie problemy)] ООО «Izdatel'skiy Dom «Filologiya tri».
7. Rowling, J. K. (2002). *Harry Potter and the Philosopher's Stone* [Harri Potter i Filofofskyi kamin]. *Per. z anhl. V. Morozov. A-BA-BA-HA-LA-MA-HA*.
8. Rowling, J. K. (2002). *Harry Potter and the Chamber of Secrets* [Harri Potter i Taiemna kimnata]. *Per. z anhl. V. Morozov. A-BA-BA-HA-LA-MA-HA*.
9. Rowling, J. K. (2002). *Harry Potter and the Prisoner of Azkaban* [Harri Potter i Viazen Azkabanu]. *Per. z anhl. V. Morozov. A-BA-BA-HA-LA-MA-HA*.
10. Rowling, J. K. (2003). *Harry Potter and the Goblet of Fire* [Harri Potter i Kelykh vohniu]. *Per. z anhl. V. Morozov. A-BA-BA-HA-LA-MA-HA*.
11. Rowling, J. K. (2003). *Harry Potter and the Order of the Phoenix*. [Harri Potter i Orden Feniksa]. *Per. z anhl. V. Morozov. A-BA-BA-HA-LA-MA-HA*.
12. Rowling, J. K. (2005). *Harry Potter and the Half-Blood Prince*. [Harri Potter i Napivkrovnyi prynts]. *Per. z anhl. V. Morozov. A-BA-BA-HA-LA-MA-HA*.
13. Rowling, J. K. (2007). *Harry Potter and the Deathly Hallows* [Harri Potter i Smertelni relikvii]. *Per. z anhl. V. Morozov. A-BA-BA-HA-LA-MA-HA*.
14. Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Chamber of Secrets*. Bloomsbury Publishing Plc.
15. Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Deathly Hallows*. Bloomsbury Publishing Plc.
16. Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Goblet of Fire*. Bloomsbury Publishing Plc.
17. Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Half-Blood Prince*. Bloomsbury Publishing Plc.
18. Rowling, J. K. (2003). *Harry Potter and the Order of the Phoenix*. Bloomsbury Publishing Plc, 2003.
19. Rowling, J. K. (2000). *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. Bloomsbury Publishing Plc.
20. Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Prisoner of Azkaban*. Bloomsbury Publishing Plc.

**Semenenko O., Verzilova L.**

**VERBAL FEATURES OF SPELLS IN J. ROWLING'S NOVELS  
ABOUT HARRY POTTER: TRANSLATION ASPECT**

*The article considers the peculiarities of the translation of J. Rowling's novels about Harry Potter into Ukrainian. Phonetic and lexical features of spells as occasionalisms are analyzed. The connection between the phonetic form and the meaning of spells has been traced. The classification of magic formulas in J. Rowling's novels is presented. All translation transformations used in Ukrainian translations are characterized. Translation strategies of magic spell formulas in Ukrainian translations are analyzed.*

**Key words:** translation, magic formula, spells, reality, Ukrainian language.

УДК 811.161.2'42:808.51:32(043.5)

**Л. І. Стрій,**

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри прикладної лінгвістики,  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова  
[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251856](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251856)

## **ФУНКЦІЇ ІНАВГУРАЦІЙНОЇ ПРОМОВИ В УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**

*Статтю присвячено визначенню основних функцій інавгураційної промови як мовленнєвого жанру українського політичного дискурсу. Виокремлено функції – інтегративну, інспіративну, декларативну і перформативну. Функція інтеграції реалізована як заклик до об'єднання українського народу та звернення до народу як єдиної спільноти. Інспіративна функція полягає у формуванні державних цінностей та закликах до кращого майбутнього, що має давні історичні традиції. В інавгураційній промові цій функції підпорядкований цілісний структурно-композиційний елемент, що становить досить великий за обсягом семантичний блок. Інспіративна функція виявляється в українському у двох формах: вихваляння історичних подій і традицій та критика досвіду попередників. Декларативна функція полягає у формулюванні принципів, за якими буде працювати новий президент, тобто їй підпорядкована програмна частина інавгураційної промови. Перформативна функція вказує на те, що новий президент присягає народу на вірність, дає клятву дбати про країну і виступає як лідер держави.*

**Ключові слова:** політичний дискурс, інавгураційна промова, функції, мовленнєвий жанр, ритуальна комунікація.

**Постановка питання в загальному вигляді.** Інавгураційна промова (далі – П) належить до ритуальних жанрів політичної комунікації, її виголошує новообраний президент держави під час ритуалу інавгурації. О. Й. Шейгал вважає, що відсутність новизни в інавгураційній промові визначає перевагу факту вимови над змістом, тому вона є «не просто мовленнєвою дією, а й дією політичною» [3, с. 247]. Виголошення П разом з ритуалом інавгурації є обов'язковим етапом процедури вступу президента на посаду, тобто обраний голосування президент стає чинним лише після інавгурації. Текст П підпорядкований певним вимогам, але не вони не визначені на законодавчому рівні на відміну від присяги, текст якої представлений у Конституції України. Зважаючи на це, кожна П має свою специфіку та орієнтована на особистість нового президента, який її виголошує, та історичні умови, що вплинули на народний вибір.

**Ступінь дослідження проблеми в лінгвістиці.** Політична лінгвістика належить до новітніх, але розвинутих мовознавчих напрямів. У зарубіжній лінгвістиці проблеми вивчення політичного дискурсу порушено у працях Т. ван Дейка, Р. Водак, Г. Лассвелла, Е. Будаєва, Н. Купіної, Е. Лассан, О. Паршиної,

А. Чудінова, О. Шейгал та ін. В українському мовознавстві питання політичної лінгвістики висвітлено в дослідженнях О. Билінської, Л. Завальської, А. Загнітка, А. Ковалевської, Н. Кондратенко, Н. Петлюченко, Л. Славової, О. Чорної та ін.

Інавгураційна промова як мовленнєвий жанр політичного дискурсу розглянута у наукових розвідках Й. Кірілової [1], С. Потапенко [5], О. Шейгал [4], Р. Шимулі [6] та ін.

**Мета дослідження** – визначити основні функції інавгураційної промови як мовленнєвого жанру українського політичного дискурсу.

**Об'єктом** дослідження в статті є український політичний дискурс, а **предметом** – мовленнєвий жанр політичного дискурсу – інавгураційна промова.

**Викладення основного дослідження.** ІП як жанр політичної комунікації має перформативний характер, оскільки ґрунтується на мовленнєвому акті «клятва». ІП одночасно є актом вступу президента на посаду, тому і характеризується перформативністю. О. Й. Шейгал виокремлює такі функції ІП як інтегративна, інспіративна, декларативна і перформативна [3, с. 248]. Зміст інавгураційної промови підпорядкований саме цим функціям.

*Функція інтеграції* реалізована як заклики до об'єднання українського народу та звернення до народу як єдиної спільноти, напр.: *...сьогоднішній день є для мене датою не власного торжества, не особистої перемоги, а торжества і перемоги усієї української спільноти* (Л. Кучма); *Дякую всім і кожному громадянину України, за кого б він не голосував. Моя перемога – це перемога усіх. Кожен має право обирати шлях України, кожен може обирати ті кольори, які йому близькі* (В. Ющенко); *Це не моя, це наша спільна перемога. І це – наш спільний шанс. За який ми несемо спільну відповідальність* (В. Зеленський). Ця функція передбачає насамперед декларування єдності народу, територій, а також «керівництва держави і народу» [2, с. 35]. Для ІП українських президентів, зокрема останніх каденцій, актуальна тема єдності Сходу і Заходу країни, ментальні відмінності яких неодноразово ставали предметом політичних маніпуляцій, проте настанови на об'єднання народу представлені як інтегрування різних регіонів України, напр.: *...наш спільний вибір – кольори українського прапора, він об'єднує нас усіх, хто живе на Сході, на Заході, на Півночі і на Півдні. Я – президент всієї України. Мені відповідати за те, щоб працювали шахти Донбасу і Придніпров'я, порти Чорного моря і галицькі торговельні шляхи* (В. Ющенко); *Від Ужгорода до Луганська. Від Чернігова до Сімферополя. У Львові, Харкові, Донецьку, у Дніпрі й в Одесі – ми українці* (В. Зеленський).

Об'єднання президента з народом у цьому прикладі вербалізовано за допомогою твердження «Я – президент всієї країни», проте тут більшою мірою актуалізовано єдність народу, ніж єдність керівництва з народом. Вживання особового займенника «Я» підпорядковано не семантичному інтегруванню суб'єкта мовлення та його адресата (українського народу), а протиставленню

президента та єдиного народу. Для посилення функції інтеграції необхідно використовувати займенник «ми» на позначення і мовця, і адресата, напр.: *Мир ще не настав, але вже сьогодні ми твердо можемо сказати, що важкі випробування об'єднали українську родину. Вони зміцнили нас як українську політичну націю, впевнену у своєму європейському виборі. Наш народ ніколи не був таким сильним, як тепер* (П. Порошенко); *І це – наша спільна мрія. Але у нас є і спільний біль* (В. Зеленський). Інтегрований характер номінації народу разом з президентом підпорядкований реалізації функції інтеграції.

Якщо на граматичному рівні засобами вираження інтеграції є відповідні займенники (*ми, всі, кожний*) і дієслівні форми (1-ої особи множини), то на лексичному рівні фіксуємо такі слова, як *спільний, спільнота, єдиний (один), об'єднання, об'єднати, соборність* і под., напр.: *Ми, громадяни України, стали єдиною українською нацією. Нас не розділити ні мовами, якими ми розмовляємо, ні вірами, які ми ісповідуємо, ні політичними поглядами, які ми обираємо. У нас одна українська доля. У нас одна українська гордість. Ми горді тим, що ми є українці!* (В. Ющенко); *Україна – різноманітна, але вона сильна духом і духом єдина! Прагнення до миру та соборності нашої держави домінує в усіх областях України* (П. Порошенко); *І ми маємо бути єдині. Адже тільки тоді – ми сильні* (В. Зеленський). У промові В. Ющенка у значенні «єдиний» вжито лексему «один», що також вказує на актуалізації функції інтеграції.

Проте не всі проаналізовані тексти підпорядковані функції інтеграції як основній: ідея консолідації, об'єднання українського народу не знайшла свого вираження в ПП В. Януковича, незважаючи на її актуальність у той час.

*Інспіративна функція* полягає у формуванні державних цінностей та закликів до кращого майбутнього, що має давні історичні традиції. В ПП цій функції підпорядкований цілісний структурно-композиційний елемент, що становить досить великий за обсягом семантичний блок. У цих блоках репрезентовано екскурс у героїчне минуле нашої країни і представлено сьогодення як наслідок минулого і спадщини традицій наших предків. Насамперед це представлено загальною героїзацією історичних подій та вихвалянням національних традицій: *Історична пам'ять, розуміння того, хто ми і якого роду, допоможуть зміцнити державу і зцементувати націю* (Л. Кучма); *Підводячи рису під своїм минулим, ми не відрікаємося від жодної з його сторінок. Не відрікаємося від власної історії* (Л. Кучма); *Ми зробили свій вибір, бо пам'ятаємо хто ми, чії діти й чії онуки. Не в минулому нам шукати відповідей на виклик майбутнього. Проте, ми завжди будемо берегти свої джерела. Тільки так залишимося самими собою. Тільки так завжди будемо переможцями!* (В. Ющенко). Спадкоємність сучасності і минулого становить так званий «топос спадковості» [3, с. 251], що передбачає оперття на історичне минуле та досвід попередників. При цьому реалізація «топосу спадковості» має не лише позитивно аксіологічні характеристики, а й негативно оцінні, тобто президент, критикуючи своїх попередників, обіцяє не повторити їхні помилки, враховуючи отриманий досвід,

напр.: *Багато наших проблем виникли через те, що замість того, аби рухатися до постіндустріального суспільства зразка XXI століття, ми пішли шляхом первісного накопичення капіталу, тобто до так званого «дикого капіталізму».* Відповідно, ми зможемо успішно конкурувати в сучасному світі лише за умови, якщо впритул займемося індустрією знань – сучасними технологіями виробництва, накопиченням і реалізацією здобутків науки (В. Янукович); *Володимир Винниченко боровся проти Михайла Грушевського, Симон Петлюра проти Павла Скоропадського. А Нестор Махно – проти всіх. Постійні чвари та конфлікти між видатними українцями призвели до втрати нашої державності. Висновки належить робити не лише з архівів столітньої давнини, але й з недавніх подій* (П. Порошенко). Отже, фіксуємо два способи реалізації інспіративної функції – вихваляння історичних подій і традицій та критика досвіду попередників.

В ІІІ апеляція до історичних подій має не лише узагальнений, а конкретизований характер, коли подається перелік або вказівка та ті події, що, на думку промовця, більшою мірою вплинули на історичний шлях країни і є знаковими для України, наприклад, у промові Л. Кучми це Чорнобильська катастрофа: *Народ, який прийняв на себе удар Чорнобиля і заслони́в собою від глобальної катастрофи людство*; В. Ющенко звертається до давньої, зокрема козацької історії: *Ми обрали справедливість, бо не може беззаконня стати нормою в державі, де було тисячу років тому укладено кодекс законів Руська правда. Ми обрали свободу, бо не може тиранія панувати над спадкоємцями козацької республіки, де ще триста років тому була написана перша в світі Конституція.* Загальна ідея таких історичних екскурсів пов'язана з тим, щоб об'єднати не лише народ, а й показати цілісність, єдність і безперервність його історії, що насичена різними подіями, але всі вони зміцнили та об'єднали націю.

Для посилення ідеї спадковості та наслідування традицій, в ІІІ вдаються до цитування висловів відомих культурних і політичних діячів минулого або Священного Письма, напр.: *Ми, українці, «живий вогник у сім'ї європейських народів і діяльні співробітники європейської цивілізаційної праці».* Так казав Іван Франко (П. Порошенко); *Адже сказано у Святому Письмі: «Мирися з твоїм противником швидко, коли ти ще з ним у дорозі...»* (В. Янукович); *Дозвольте мені процитувати одного американського актора, який став класним американським президентом: «Уряд не вирішує наших проблем. Уряд і є нашою проблемою»* (В. Зеленський). Цитування також репрезентує вірність традиціям і «топос спадковості».

У проаналізованих промовах українських президентів інспіративна функція посилюється апеляцією по національній ідеї, до унікальної ролі України в європейській геополітиці, напр., ще в промові Л. Кучми наявна така фраза: *Я вірю в Україну, в її яскраву зорю щасливу долю, в добробут і процвітання свого народу.* Віра у те, що Україна має свій особливий шлях, якому завдячують



народу і Богу вербалізована майже в усіх ІІІ: *Український народ сказав своє слово, і міжнародна спільнота підтвердила, що Україна – вільна держава, де права і свободи громадян є найвищими цінностями, і де вибір народу не може бути поставлено під сумнів жодними проявами чиєїсь недоброї волі* (В. Янукович).

О.Й. Шейгал називає апеляцію до унікальної ролі держави в історії «топосом величі нації» і пов'язує його з «утвердженням національних цінностей» [3, с. 250–251]. Позитивно оцінні характеристики народу містять емоційні елементи, гіперболи, епітети, напр.: *Сьогодні, на порозі нового віку і нового тисячоліття, можемо з повним на те правом сказати: ми – народ, **стійкий, волелюбний і сильний*** (Л. Кучма); *Для успіху у нас є все. Багатства нашої землі **невичерпні**. Таланти наших співвітчизників шанує увесь світ. **Працюю і волею ми досягнемо всього!*** (П. Порошенко); *Але ми все це подолаємо! Бо кожен з нас – **українець*** (В. Зеленський). Інспіративній функції підпорядкована більша частина інавгураційної промови, оскільки в ній простежено історичний шлях країни, визначено роль традицій і попередників, а також актуалізовано унікальну роль народу і країни в історії.

*Декларативна функція* полягає у формулювання принципів, за якими буде працювати новий президент, тобто їй підпорядкована програмна частина ІІІ. Здебільшого цей семантичний блок ґрунтується на тих програмних положеннях, які було оприлюднено під час передвиборчої кампанії президента, тому вони мають збігатися з попередніми обіцянками політика. Кожний промовець формулює під час інавгурації свій головний принцип, своєрідне політичне кредо, напр.: *Я розглядаю це як обов'язкову передумову для розв'язання **свого визначального, основоположного завдання** – піднесення добробуту, поліпшення життя народу. Ставлю на перше місце людський, соціальний вимір, яким нам до цього часу доводилося з різних причин жертвувати* (Л. Кучма); *Робота і результат в ім'я процвітання моєї Батьківщини – ось **кредо**, з яким я розпочинаю виконання своїх обов'язків на новій відповідальній посаді* (В. Янукович); *Наше місце в Європейському союзі, **моя мета** – Україна в об'єднаній Європі! В Європі історичний шанс України розкрити свої можливості* (В. Ющенко); ***Я йду на посаду Президента, щоб зберегти і зміцнити єдність України. Забезпечити тривалий мир і гарантувати надійну безпеку. Знаю: мир – найголовніше, чого прагне сьогодні український народ*** (П. Порошенко); *Протягом свого життя я намагався робити все, щоб українці усміхалися. **Це була моя місія**. Тепер я робитиму все, щоб українці принаймні більше не плакали* (В. Зеленський). Декларування свого основного політичного принципу передбачає й перелік основних дій програмного характеру – як політичних, так і соціальних, що є найактуальнішими за відповідних умов.

Після окреслення головних пріоритетів в ІІІ подають основні кроки президента на новій посаді, при цьому ці дії мають конкретний характер, хоч і зобов'язують мовця до їх виконання, напр.: *Радикальні кроки буде зробле-*

но у реформуванні бюджетної та податкової систем, розв'язанні земельного питання як основи аграрної реформи, розвитку та захисті підприємництва, зміцненні позицій національного капіталу, підтримці вітчизняного виробника і формуванні внутрішнього ринку (Л. Кучма); *Всі будуть рівними перед законом. Незалежний суд захистить права кожного* (В. Ющенко); *Ми виплатимо заборгованість із заробітної плати і пенсій, чого так і не зробив чинний уряд* (В. Янукович); *Відстоїмо територіальну цілісність нашої держави, забезпечимо мир та спокій* (П. Порошенко); *І наше найперше завдання – припинення вогню на Донбасі* (В. Зеленський). Як і передвиборчі гасла, ці програмні положення не передбачають особистої відповідальності новообраного президента в разі їх невиконання, тобто декларації не мають «регулярного характеру» [3, с. 252]. Проте лише цей семантичний блок має проблемний характер, актуалізуючи основні перспективи подальшої роботи політика. З цього погляду декларативна функція найбільшою мірою реалізована в ІІІ В. Януковича, що містить не лише критику роботи попередників, а й конкретні пропозиції з подолання кризи.

*Перформативна функція* вказує на те, що новий президент присягає народу на вірність, дає клятву дбати про країну і виступає як лідер держави. Семіотичність цієї функції найбільша, оскільки промова має переконати адресатів у тому, що президент здатний виступити лідером, тобто виконати свою високу символічну роль. Після інавгурації він перетворюється зі звичайної людини-політика на обрану людину – президента.

Свою унікальну роль як новообраного президента промовець пов'язує як з вибором народу, так і з Божою волею, напр.: *Моя перемога – це перемога всього українського народу і кожного громадянина зокрема. Дякую за неї Господу Богу, який дав нам віру, надію і любов. Ними ми перемогли!* (В. Ющенко); *Щойно я склав Присягу Президента України. Що я відчував, тримаючи руку на Святому Пересопницькому Євангелії? Відповідальність і смиренність. Перед народом України, який у ході вільного волевиявлення віддав за мою кандидатуру більшість голосів. Перед Всевишнім, волею якого я вступаю на посаду глави Української держави в такий непростий для неї час* (В. Янукович); *І моє обрання доводить – громадяни втомились від досвідчених, системних, надутих політиків, які за 28 років створили країну можливостей* (В. Зеленський). Звернення до народу і подяка завжди тісно пов'язані в ІІІ зі зверненням до Бога, що становить характерну рису в текстах промов президентів останніх каденцій.

**Висновки дослідження.** Функціональне навантаження ІІІ визначає її структуру та семантику. До характерних ознак інавгурації як політичного ритуалу уналежнюємо: формалізацію символічних дій, підвищену церемоніальність, сюжетну цілісність, фатичність комунікації, соціальну значущість, повторюваність або періодичність. Як жанр політичної комунікації інавгураційна промова виконує такі функції: інтегративну, інспіративну, декларативну та перформативну.

## Література

1. Кирилова, Й. (2020). Стратегии и тактики в инаугурационных речах на болгарските президенти (Ритуалът в политическия език). *Известия на Института за български език «Проф. Любомир Андрейчин»*, 33, 166–188.
2. Паршин, П. Б. (1999). *Понятие идеологического дискурса и методологические основания политической лингвистики*. URL: <https://goo.su/b9MR>
3. Шейгал, Е. И. (2002). Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса. *Жанры речи* – 3, 205–214.
4. Шейгал, Е. И. (2004). *Семиотика политического дискурса*. Гнозис.
5. Potapenko, S. (2020). Communicative strategies as a two-faceted phenomenon: A cross-linguistic study of inaugural addresses. *Herald of KNLU. Series in Philology*, 23(1), 71–83.
6. Szymula, R. (2017). Distinctive features of russian presidents' inaugural speeches. *Bialostockie Archiwum Językowe*. <https://goo.su/8ApQ>.

## References

1. Kirilova, Y. (2020). Strategies and tactics in the inaugural speeches of Bulgarian presidents [(Ritual in political language Strategii i taktiki v inaugurationsionnitate rechi na blgarskite prezidenti (Ritualt v politicheskiya ezik)]. *Izvestiya na Instituta za blgarski ezik «Prof. Lyubomir Andreychin»*, 33, 166–188.
2. Parshin, P. B. (1999). *The concept of ideological discourse and methodological foundations of political linguistics* [Ponyatie ideologicheskogo diskursa i metodologicheskije osnovaniya politicheskoy lingvistiki]. URL: <https://goo.su/b9MR> [In Russian]
3. Sheygal, E. I. (2002). Inaugural address as a genre of political discourse [Inaugurationsionnoe obrashchenie kak zhanr politicheskogo diskursa]. *Zhanry rechi* – 3, 205–214.
4. Sheygal, E. I. (2004). Semiotics of political discourse [Semiotika politicheskogo diskursa]. Gnozis.
5. Potapenko, S. (2020). Communicative strategies as a two-faceted phenomenon: A cross-linguistic study of inaugural addresses. *Herald of KNLU. Series in Philology*, 23(1), 71–83.
6. Szymula, R. (2017). Distinctive features of russian presidents' inaugural speeches. *Bialostockie Archiwum Językowe*. <https://goo.su/8ApQ>.

**Striy L. I.**

## FUNCTIONS OF INAUGURAL SPEECH IN UKRAINIAN POLITICAL DISCOURSE

*The article is devoted to defining the main functions of inaugural speech as a speech genre of Ukrainian political discourse. The functions – integrative, inspiring, declarative and performative – are distinguished. The function of integration is realized as calls to unite the Ukrainian people and appeal to the people as a single community. The inspiring function is to form state values and calls for a better future that has a long historical tradition. In the inaugural speech, this function is subordinated to the integral structural and compositional element, which is quite a large semantic block. Inspirational function is manifested in Ukrainian in two forms: praise of historical events and traditions and criticism of the experience of predecessors. The declarative function is to formulate the principles on which the new president will work, ie the program part of the inaugural speech is subordinated to it. The performative function indicates that the new president swears allegiance to the people, swears to take care of the country and acts as the leader of the state.*

**Key words:** political discourse, inaugural speech, functions, speech genre, ritual communication.

**УДК 81'373.22**

**Н. М. Хрустик**

канд. філол. наук, доцент,  
доцент кафедри прикладної лінгвістики,  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова;

**С. А. Петрова**

магістр кафедри української мови  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова;

**Т. С. Серкал**

магістр кафедри української мови  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова  
[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251860](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251860)

**ПОЗИВНІ УКРАЇНСЬКИХ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ:  
МОТИВИ НОМІНАЦІЇ**

*Стаття присвячена вивченню позивних іменувань українських військовослужбовців, учасників російсько-української війни, зокрема питанню мотивів номінації цих онімів. Зазначене питання є важливим і актуальним, адже його висвітлення дозволяє не лише пояснити механізм продукування нового виду неофіційних антропонімів, що вже дуже важливо, але й з'ясувати, як мотиви номінації позивних репрезентують самовираження та ідентифікацію їх носіїв (бійців, військових медиків, капеланів, волонтерів), а також інших осіб, причетних до утворення позивних іменувань.*

*Вивчаючи мотиви номінації позивних, ми розглядали реальну мотивацію, під якою в невербальному аспекті розуміємо ситуацію, яка передуює появі позивного, у вербальному – текст, що послугував мотивом творення неофіційного іменування. У цьому контексті дослідження позивних іменувань на увагу заслуговують праці О. Вербовецької, Л. Кравченко, С. Петрової.*

*На основі опрацювання 720 позивних військовослужбовців-чоловіків нам вдалося визначити реальні мотиви творення 242 онімів, що становить 33,6% від загальної їх кількості. Визначено і схарактеризовано 11 груп мотивів, які використовуються у процесі номінації позивних воїнів-захисників: офіційні антропоніми; професія, рід діяльності, посада та звання; захоплення денотата; особливості характеру, ставлення особи до інших та особливості поведінки; зовнішня характеристика особи; життєва ситуація, пов'язана з особою; етнічна приналежність носія тощо.*

*Отже, вивчення мотивів номінації позивних надає нам певне уявлення про носія, його світогляд, свідчить про мовну картину світу в соціальній групі військовослужбовців. Нерідко позивні містять вказівку на додаткову інформацію про носіїв іменування – місце проживання, рід діяльності, етнічну приналежність тощо, у виразності фізичні, психологічні, інтелектуальні якості людини, уподобання та звички. Розглянуті оніми характеризують також осіб, які стали причетними до створення позивних, свідчать про їх спостережливість, дотепність, доброзичливість, гумор.*

**Ключові слова:** ЗМІ, українські військовослужбовці, позивні, мотиви номінації.

**Постановка наукової проблеми та її актуальність.** Військовий конфлікт, що розпочався в 2014 р., активізував продукування якісно нового виду онімів – позивних українських воїнів-захисників, які органічно ввійшли до системи неофіційного антропонімікону. Як мовне явище позивні іменування зацікавили вітчизняних науковців, зокрема таких, як Р. Яцків, Л. Кравченко, Л. Підкуймуха, Н. Шульська, Н. Павликівська, Л. Белей, Т. Крупеньова, С. Петрова. Дослідження проводилися в різних аспектах, однак у мовознавстві ще не повністю сформувався думка про лінгвістичний статус позивних, їхні функції та ознаки, місце серед інших видів антропонімів. На сьогодні залишається також нерозв'язаною проблема, яка стосується повної тематичної класифікації позивних. Відсутні комплексні й системні дослідження, присвячені вивченню їх мотиваційної бази та способів творення. Важливим є розкриття гендерних особливостей позивних військовослужбовців тощо.

На особливу увагу заслуговує питання вивчення мотивів номінації позивних іменувань, адже його висвітлення дозволяє не лише пояснити механізм продукування нових онімів, що вже дуже важливо, але й з'ясувати, як мотиви номінації позивних відображають самовираження та ідентифікацію їх носіїв (бійців, військових медиків, капеланів, волонтерів), а також інших осіб, причетних до утворення позивних іменувань. З огляду на вищесказане, вважаємо заявлену тему нашого дослідження важливою й **актуальною**.

**Аналіз досліджень із проблеми.** Проблема вивчення мотивації привертає увагу багатьох лінгвістів. На сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки немає однозначного тлумачення терміна *мотивація*, що пов'язано з виокремленням різних підходів до її вивчення, зокрема таких, як лексико-семасіологічний, когнітивно-ономасіологічний, функціонально-ономасіологічний, ономасіологічний, дериваційний, етимологічний, типологічний, лексикографічний, стилістично-функційний [5].

У термінологічній енциклопедії О. Селіванової подається декілька тлумачень поняття *мотивації*: процес формування семантичного й формального зв'язку похідного слова з твірним у межах знакового коду мовної системи; формальний і семантичний зв'язок між словами як знаками та їхніми позначеннями, що встановлюються при творенні слів; лінгвопсихоментальна операція встановлення семантичної і формальної залежності між мотиватором і похідною номінативною одиницею на підставі зв'язків різних компонентів структури знань про позначуване в етнічній свідомості [6, с. 401].

На нашу думку, розглядаючи мотиви номінації позивних іменувань, слід говорити про реальну мотивацію, під якою в невербальному аспекті розуміємо ситуацію, яка передуює появі позивного, у вербальному – текст, що послугував мотивом творення неофіційного найменування. Саме реальна мотивація дає нам уявлення про носія, про його світогляд, життєву позицію, а також дозволяє простежити певні тенденції у виборі позивного. Слід зазначити, що позивні імена характеризуються прихованою мотивацією, яка відома лише у вузькому



колі військовослужбовців, що зумовлено їхнім особливим призначенням. Не можемо говорити про відсутність мотивації взагалі, адже «кожна прізвиськова одиниця (*а відповідно й позивне ім'я* – курсив наш) завжди вмотивована, будь-яке прізвисько не може бути асемантичним. Якщо прізвисько зберігається, то збережена й тенденція до його семантичного наповнення, бодай приблизного чи узагальненого характеру» [9, с. 160].

Визначення мотивів номінації – одне з основних завдань при аналізі неофіційних антропонімів, зокрема й позивних імен. Мотив найменування «є важливішим за лексико-семантичну характеристику, оскільки дає змогу отримати більше інформації», бо поєднує як екстралінгвальні, так і лінгвістичні особливості [10, с. 181].

У дисертаційному дослідженні О. Вербовацької творення неофіційних антропонімів розглядається за такими мотивами: ім'я денотата; його прізвище; ім'я по батькові; зовнішні ознаки; внутрішні ознаки та особливості поведінки; особливості мовлення; професія, посада та рід занять денотата; місце проживання; місце походження; соціальний статус; сімейні, родинні стосунки або свояцтво; життєва ситуація пов'язана з денотатом; наявність у денотата специфічного предмета або тварин; прізвиська, вмотивовані поєднанням декількох різних ознак денотатів [2, с. 5]. Л. Кравченко пропонує виокремлювати такі мотиваційні групи позивних, як «характеристика людини», «реальне життя», «духовний світ людини, її творчість» [3, с. 81–82].

Утім, аналізуючи мотиваційну базу тієї чи іншої групи власних назв, дослідники часто ототожнюють поняття лексичної бази та мотивів номінації. Більшість вдається до виокремлення лексичних груп, на базі яких творяться оніми.

**Мета** нашого дослідження – вивчити мотиви номінації позивних українських військовослужбовців. **Об'єкт** аналізу – позивні імена українських воїнів-захисників – учасників збройного конфлікту на Сході України. **Предмет** – мотиви номінації позивних іменувань. **Фактичним матеріалом** для нашого спостереження послуговували позивні військовослужбовців-чоловіків. Проаналізовано 720 неофіційних іменувань. Усі оніми в нашій статті подаються в тому вигляді, у якому їх зафіксовано. **Джерельна база** вивчення цього виду антропонімів – ЗМІ, зокрема новини на різних телевізійних каналах і статті, розміщені в мережі Інтернет. Перед собою ставимо такі **завдання**: визначити, де це можливо, мотиви номінації позивних; скласифікувати їх за характером походження; з'ясувати, як мотиви номінації позивних іменувань репрезентують самовираження та ідентифікацію їх носіїв, а також тих осіб, які причетні до створення цих онімів. **Теоретична цінність** дослідження полягає в тому, що його матеріали можуть бути використані при розробці нових теорій ономастології, словотвору, ономастики, психолінгвістики, прагматики. **Практичне застосування** результати нашого студіювання знайдуть при вивченні вищеназваних дисциплін у вишах, при розробці спецкурсів та написанні посібників із



проблем ономазіології, словотвору, ономастики, психолінгвістики тощо. У роботі використані такі загальнонаукові **методи дослідження**, як аналіз і синтез, індукція і дедукція, спостереження, описовий метод, метод кількісних підрахунків, елементи словотвірного аналізу.

**Виклад основного матеріалу.** На основі опрацювання 720 позивних військовослужбовців-чоловіків нам вдалося визначити реальні мотиви творення (мотиви номінації) лише частини неофіційних іменувань, тому виокремлюємо за цією ознакою 2 групи онімів: 1) позивні, для яких з'ясовано мотиви номінації (33,6%); 2) позивні, мотиви номінації яких не визначено (66,4%).

Отже, з'ясовано мотиви номінації 242 іменувань. Розглянемо детальніше ці позивні імена за групами мотивів їх номінації:

**1. Позивні, мотивовані офіційними антропонімами.** Дослідники наголошують на тому, що неофіційні іменування осіб, які походять від прізвищ, імен та імен по батькові, втрачають свою характеристичну функцію. Зокрема зазначається, що іменування цього типу «є самостійним видом прізвиськ, майже не пов'язаних з іншими, частіше всього психологічними критеріями, які лягають в основу прізвиська. Тому при аналізі цих онімів можна відволіктися від психологічних нюансів» [цит. за 7, с. 216]. На перший погляд, позивні, що мотивуються офіційними іменами військовослужбовців, утворюються суто лінгвістичним шляхом, адже не враховують зовнішні та внутрішні характеристики особи, ситуативну зумовленість тощо, проте фактичний матеріал нашого дослідження певною мірою спростовує цю закономірність.

Серед позивних, мотивованих прізвищем носія, більшість тих, що утворюються шляхом апокопи, тобто суто лінгвістичним шляхом, напр.: *Барс, Голуб, Доц, Жук, Кіндрат, Клема, Кузьма, Лавр, Лом, Лось, Москаль, Непс, Оляха, Поляк, Сем, Цар, Шах*. Значна частина цих лексем утворилася від прізвищ відапелятивного походження, а тому мають прозору внутрішню форму, на основі якої так чи інакше можна характеризувати носія за певною ознакою.

В. Павлюк зауважує, що прізвище або ім'я є одним із зовнішніх атрибутів носія для тих осіб, які здійснюють номінацію і намагаються визначити зв'язок з особливостями характеру, зовнішності носія та його іменем, а тому відіменний тип найменування характеризується значним конотативним потенціалом [4, с. 94].

Позивні, що походять від особового імені денотата (*Айгор, Арчі, Вацлав, Віктор, Гамлет, Жора, Ендрю, Максон, Марік, Сіріус*), хоча й не вказують на характерні особливості носія, однак виражають ставлення побратимів до номінованої особи, адже наділені емоційністю, а тому виконують не лише номінативну, а й оцінну та експресивну функції.

Позивні, що утворилися від імен по батькові бійців (*Адамович, Іванич, Михайлич, Михалич, Санич*), здебільшого є їх скороченими, розмовно-побутовими варіантами і позначають людей старшого віку, очевидно, дуже шанованих людей.

Зафіксовано також позивні, мотивовані одночасно особовим ім'ям та ім'ям по батькові або прізвищем, особовим ім'ям та ім'ям по батькові денотатів, які утворилися шляхом звукової асоціації: *Вай-фай* (Василь Федорович); *Дюс* (Денисюк Денис Сергійович), *ЛОМ* (Лук'янчук Олександр Миколайович), де, окрім графічного поєднання ініціалів, акронім *ЛОМ* асоціюється зі звичайним нескороченим словом – *лом*. *Лом* – «товстий загострений з одного кінця металевий стрижень, яким ламають, розбивають що-небудь тверде» [8, т. 4, с. 543]). Наслідком семантичної асоціації є позивний *Кобзар* (повне ім'я бійця – Тарас Григорович Шевченко).

**2. Позивні, мотивовані професією, родом діяльності, посадою або званням.** У цій групі іменувань виокремлюються позивні, мотив номінації яких відображений уже в їхній семантиці, і ті, що виникли внаслідок певних асоціацій. Так, напр., позивні *Адвокат*, *Банкір*, *Дизайнер*, *Док*, *Дяк*, *Лісник*, *Матрос*, *Пілот*, *Пожежник*, *Прокурор*, *Репортер*, *Старшина*, *Таксист* мають прозору мотивацію, що не потребує додаткового тлумачення.

Непряма (опосередкована, здебільшого асоціаціями учасників військової комунікації) номінація за назвою діяльності лежить в основі низки позивних. Напр.: *Дівіди* – позивний, що утворився за звуковими асоціаціями до слова *ВДВ* (рос. «воздушно-десантные войска»). Ця асоціація виникла в побратимів, адже боєць раніше ніс службу в названих військах. До цієї ж групи уналежнюємо відомі позивні, які вказують на те, що особа виконує ту ж роботу, що й певний відомий персонаж художнього твору, художнього фільму тощо. Напр.: *Айболит* – медик (пор. рос. доктор Айболит – персонаж творів Корнія Чуковського); *Вакула* – коваль (пор. коваль Вакула – персонаж твору М. Гоголя «Вечори на хуторі біля Диканьки» та однойменного фільму); *Ватсон* – лейтенант медичної служби, начальник медичного пункту полку «Азов» (пор. доктор Ватсон – персонаж оповідань А. Конан Дойла про Шерлока Холмса). Перелічені позивні іменування є наслідком метафоричного перенесення.

Окремі позивні утворюються шляхом метонімічного перенесення і вказують на інструмент діяльності, об'єкт діяльності або місце, де працює денотат: *Баркас* – морський піхотинець; *Границя* – позивний бійця, який служив прикордонником на острові Тузла; *Наркоз* – лікар-анестезіолог.

**3. Позивні, що вказують на захоплення денотата.** Учасники АТО та ООС – зазвичай активні, творчі особистості, про що й свідчать позивні, які мотивуються хобі носія. Як правило, вони називають захоплення денотата не прямо, а через метафоричне або метонімічне перенесення лексеми. Позивні цієї групи вказують на такі захоплення бійців:

а) спорт: *Альпініст* (захоплення альпінізмом); *Швед* (захоплення хокеєм) тощо;

б) музика: *Маестро* (захоплення грою на скрипці); *Міф* (позивний оперного співака Василя Сліпака, утворений від назви його улюбленої опери «Міфестофель») тощо;

в) зброя і техніка: *Боцман* (захоплення яхтами); *Шумахер* (любов до техніки) тощо;

г) література: *Гамлет* (захоплення поезією і музикою); *Ернесто* (Ернест Хемінгуей – улюблений письменник) тощо;

г) художнє мистецтво: *Пікассо* (захоплення малюванням та татуюванням); *Художник* – філолог за фахом (любов до малювання) тощо;

д) любов до тварин: *Кіт* (великий любитель котів); *Пітбуль* (любитель собак, у минулому мав собаку породи пітбуль, на згадку про якого боєць обрав собі позивний);

е) деякі інші захоплення: *Фотограф* (улюблене заняття – фотографування); *Хімік* – економіст за освітою (хобі – вибухова техніка).

**4. Позивні, що розкривають характер особи, її ставлення до інших та особливості поведінки.** Оними цієї групи, які характеризують військовослужбовців з погляду їх внутрішнього світу, умовно поділяються на дві групи:

а) позивні, що виникли на основі ставлення бійців до побратимів, виражають вдачу особи, що проявляється в межах колективу: *Апельсин* (яскрава, добра, людяна особистість); *Вірний* (боєць, який вірний даному слову, високій ідеї, Україні); *Рідненький* (привітний та відкритий до спілкування боєць); *Угрюмий* (боєць з добрими сумними очима);

б) позивні, що створюють образ справжнього воїна, адже вказують на силу, хоробрість, впевненість, виявляють ставлення до ворога: *Вікінг* (про сміливого та рішучого бійця); *Святослав* (боєць, який любить читати про князя, відчуваючи себе в душі Святославом); *Тайсон* (боєць із сильним характером); *Тайфун* (нещадний до ворога).

**5. Позивні, що вказують на зовнішні характеристики особи.** Неофіційні іменування бійців цього типу наближають їх до розряду прізвиськ, основною функцією яких є характеристична. Однак, серед позивних нечасто трапляються назви, які прямо вказують на фізичні особливості бійця, адже вони можуть слугувати причиною його викриття. Іменування, в основі яких лежать лексеми, що виражають реальну ознаку, позначають здебільшого колір волосся або колір шкіри особи: *Рижий* (руде волосся); *Седой* (поважний вік, сиве волосся); *Чорний* (смагливий колір шкіри та чорні, мов смола, очі); *Шрам* (пошрамоване в боях усе тіло).

Фіксуємо й ті позивні, в основі яких – антонімічні мотиви. Так, напр., іменування *Гном* належить двом особам і характеризується протилежним за значенням мотиваційним контекстом: *Гном* – військовослужбовець невеликого зросту й ваги і *Гном* – боєць, зріст якого 193 см. За ознакою зросту бійців номінують також такі позивні, як *Малюк* (низький зріст); *Тополя* (дуже високий зріст).

На особливості уподобань особи вказують такі найменування, як *Козак* (боєць, який вважає себе нащадком козаків, носить відповідну зачіску, сереж-

ку у вусі, дотримується традицій предків); *Рембо* (особа, яка весь час ходить у бронезилеті, без каски, проте завжди в тактичних окулярах).

На міцну статуру воїнів-захисників вказують метафоричні перенесення назв тварин і лексем на позначення літературних персонажів. Напр.: *Акела* (досвідчений боєць-вовк з Одеси); *Бегемот* (огрядна статура та високий зріст, через що боєць дуже хвилювався, що не поміститься в окопах).

**6. Позивні, поява яких пов'язана з життєвою ситуацією.** Ситуативно зумовлені неофіційні іменування воїнів-захисників позначені тим, що вони є найменш інформативними, а тому за ними неможливо впізнати носія. Аналізуючи прізвиська, дослідники зазначають, що ті неофіційні антропоніми, які певним вчинком, випадком пов'язані з денотатом, «утворені за принципом епізодичності й на екстралінгвістичному рівні характеризуються такими основними ознаками, як разовість дії, випадковість, нестандартність певної одиничної ситуації. На рівні ж лінгвістичному їх специфічною ознакою є не виражена форма прислівникового типу “якось”, “раптом”, “одного разу”...» [1, с. 25]. Напр., позивний *Танчик* отримав військовослужбовець після того, як непомітно викрав у ворогів танк. Трапляються випадки, коли позивний із певної причини замінюють на інший. Скажімо, у бійця із позивним *Шаман* спочатку було іменування *Шрек*, однак було вирішено його замінити, оскільки по рації цей позивний було важко сприймати. Військовослужбовець, який був носієм іменування *Борода*, отримав позивний *Хотабич*, що зумовила ситуація на блокпосту (на запитання «Хто такий?» відповів – «Борода», а боєць по рації передав: «Тут Хотабич хоче проїхати, можна?»).

**7. Позивні, мотивовані кількома ознаками.** Полімотивовані позивні характеризуються вказівкою на декілька, зокрема дві або три ознаки денотата. Ці іменування більш точно відображають особливості бійця, його характерні риси. Один із мотивів позначає зазвичай ознаку, яка є очевидною і не потребує додаткового аналізу, а інша – прихована, ситуативно зумовлена.

Дослідження мотиваційного характеру цих позивних уможливорює виокремлення таких поєднань:

а) прізвище + риса вдачі: *Добрий* (прізвище Доброшинський; щира, привітна вдача бійця); *Тихий* (прізвище Тихий; скромний і небалакучий чоловік, хороший воїн, патріот України);

б) прізвище + місце народження: *Тюмень* (прізвище Тюменцев; народився в Тюменській області);

в) зовнішня ознака + риса вдачі: *Козак* (за зовнішністю типуажу і за думками – справжній козак);

г) військове звання + ситуація: *Чорний Прапорщик* (звання «старший прапорщик»; під час оборони аеропорту від спеки шкіра бійця почорніла);

г) прізвище + прізвисько з цивільного життя + погляди: *Калина* (прізвище Калініченко; прізвисько Калина; вірець для бійця – один із командирів УПА Калина);

д) зовнішня ознака + наявність специфічного предмета + погляди: *Шаман* (зовнішність одночасно монаха і хіпі; дивний інструмент, схожий на мольфу карпатського чаклуна, який носив у кишені; філософський погляд на життя).

**8. Позивні, мотивовані етнічною приналежністю носія.** Досить часто військовослужбовці-іноземці обирають позивні імена, що прямо вказують на їхню етнічну приналежність, напр.: *Грек, Казах, Киргиз, Німець, Ребе, Татарин* тощо. Однак, зауважимо, що позивні, виражені лексемами на позначення національності, не завжди мають прозору мотивацію. Скажімо, позивний *Чечен* військовослужбовець отримав за зовнішньою ознакою (має велику бороду), а позивний *Швед* мотивується захопленням денотата (любитель хокею).

**9. Позивні, що вказують на місце народження / місце проживання.** Місце народження бійців відображено:

а) у позивних, які вказують безпосередньо на область, з якої родом військовослужбовець: *Вінниця, Полтава*;

б) у позивних, що утворюються шляхом звукової асоціації до назви міста, з якого боєць родом: *Бецик* (м. *Біла Церква*), *Варшава* (м. *Іршава*);

в) у позивних, в основі яких – метонімічне перенесення: *Шубін* (військовий, який родом із Донбасу, обрав собі позивний на честь персонажа місцевого фольклору – Шубіна); *Север* (боєць народився на Сумщині, на теренах якої в давнину проживало войовниче древньоруське плем'я сіверян);

г) у позивних, що утворилися на основі іншомовної лексеми: *Лемберг* (військовослужбовець народився у Львові).

**10. Позивні, що походять від прізвиськ у мирному житті.** Антропоніми цієї групи є самоіменуваннями, оскільки вибір оніма зумовлений власним бажанням особи ідентифікувати себе відповідно до вже наявного неофіційного антропоніма. У ролі позивного обирають прізвиська:

а) що сягають періоду дитинства: *Вітер, Зелений, Кока* тощо. Напр.: прізвисько *Вітер* з'явилося, коли бійцеві було 12 років, під час гри в «Козаки-розбійники»;

б) які утворилися під час навчання в закладах освіти: *Беня, Ведмідь*. Напр.: іменування *Ведмідь* військовослужбовець отримав у інституті у зв'язку з пригодою, яка сталася з ним на пасіці.

Неофіційні іменування, які надаються бійцям з боку оточення в межах військового середовища, первинно можна визначити як «специфічні прізвиська», що виникають у процесі комунікації і функціують лише в усному мовленні. До розряду позивних вони входять лише тоді, коли сама особа погоджується з цією номінацією і послуговується нею як позивним, що функціє в документах внутрішнього вжитку.

**11. Найменування, які мотивуються деякими іншими ознаками:**

а) позивні, зумовлені наявністю певного предмета в носія: *Баррет* – снайпер-розвідник, який певний час ходив з однойменною гвинтівкою; *Коб-*

*зар* – військовослужбовець, який узяв із собою на Схід «Кобзар» Тараса Шевченка; *Сармат* – боєць, який носить із собою підкову сарматської доби;

б) позивні, мотивовані віком носія: *Дед* (найстарший у роті серед контрактників); *Растішка* (наймолодший із заїзду – 21 рік); *Студент* (наймолодший боєць у підрозділі);

в) позивні – прізвиська, узяті з комп'ютерних ігор: *Цинк* (в онлайн-грі в бійця був логін Цинк); *Шок* (це прізвисько у військовослужбовця було під час гри «Мафія»);

г) позивні, що характеризують носія за особливостями мовлення: *Бегемот* (*бегемот* – слово-паразит);

г) позивні, мотивовані соціальним статусом військовослужбовця: *Мажор* (банківський високопосадовець, успішна людина).

**Висновки.** Здійснений огляд мотивів номінації позивних українських військовослужбовців дозволяє висновувати, що виявлення реальної мотивації є одним із першочергових завдань при аналізі неофіційних іменувань воїнів, адже саме вона надає нам певне уявлення про носія, його світогляд, свідчить про мовну картину світу в соціальній групі військовослужбовців. Позивні нерідко містять вказівку на додаткову інформацію про носія – його місце проживання, рід діяльності, етнічну приналежність тощо, увиразнюють фізичні, психологічні, інтелектуальні якості людини, уподобання та звички. Розглянуті оніми характеризують також осіб, які стали причетними до створення позивних, свідчать про їх спостережливість, дотепність, доброзичливість, гумор.

Визначено 11 груп мотивів, які використовуються у процесі номінації позивних воїнів-захисників: офіційні антропоніми; професія, рід діяльності, посада та звання; захоплення денотата; особливості характеру, ставлення особи до інших та особливості поведінки; зовнішня характеристика особи; життєва ситуація, пов'язана з особою; етнічна приналежність носія; місце народження або проживання особи; прізвиська, які мали військовослужбовці в мирному житті; наявність певного предмета в носія; вік денотата; іменування, що мали особи під час комп'ютерних ігор; особливості мовлення носія; соціальний статус. Найбільш продуктивними мотивами при номінації позивних військовослужбовців-чоловіків є офіційні антропоніми, а також професія, рід діяльності, посада або звання.

Реальні мотиви творення позивних становлять підґрунтя для вивчення шляхів творення цих онімів.

**Перспективу** нашого дослідження вбачаємо у вивченні та порівнянні мотивів номінації позивних українських військовослужбовців, учасників російсько-української війни, і псевдо вояків ОУН та УПА.



## Література

1. Антонюк, О. В. (2005). Лексико-семантична група прізвиськ, що вказують на звички, уподобання, вчинки людини (на матеріалі антропонімії Донеччини). *Актуальні питання антропоніміки: зб. матер. наук. чит. пам'яті Ю. К. Редька / відп. ред. І. В. Єфименко*. [б. в.].
2. Вербоवेशька, О. С. (2016). Неофіційна антропонімія Тернопільщини: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова / Терноп. нац. педаг. ун-т імені Володимира Гнатюка.
3. Кравченко, Л. (2016). Мотиви номінації позивних українських бійців – учасників бойових дій російсько-українського конфлікту на сході України. *Teka Kom. Pol.-Ukr. Zwiqz. Kult.: czasopismo / nac. red. M. Oldakowska-Kuflowa. Wid-wo Uniw. Przyrodnic. w Lublinie, Vol. XI*.
4. Павлюк, В. А. (2016). Становлення неофіційного антропонімікону Вінниччини: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова / Вінницьк. держ. педаг. ун-т імені М. Коцюбинського.
5. Савчук, Н. М. (2015). Аспекти вивчення мотиваційних відношень у лінгвістиці. *Развитие науки в XXI веке: сб. публ. по матер. Междунар. науч.-практ. конф. Знание*.
6. Селіванова, О. (2006). Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Довкілля-К.
7. Сенік, Г. В. (2003). Способи творення відантропонімних прізвиськ. *Записки з українського мовознавства: зб. наук. пр. / відп. ред. О. І. Бондар. Астропринт*.
8. Словник української мови (1973): у 11 т. / за ред. І. К. Білодіда. Київ: Наук. думка, Т. 4.
9. Ушаков, Н. Н. (1978). Прозвищные и личные неофициальные имена (к вопросу о границах прозвища). *Имя нарицательное и собственное: сб. ст. / под ред. А. В. Суперанской. Наука*.
10. Чучка, П. П. (2008). Антропонімія Закарпаття: монографія. Папірус.

## References

1. Antonyuk, O. V. (2005). Lexical-semantic group of nicknames that indicate the habits, preferences, actions of man (on the material of anthroponymy of Donetsk region) [Leksyko-semantychna hrupa prizvys'k, sheho vkazuyut' na zvychky, upodobannya, vchynky lyudyny (na materiali antroponimiyi Donechchyny)]. *Actual'ni pytannya antroponimiki: zb. mater. nauk. chyt. pamiati Y. K. Red'ka*. [In Ukrainian].
2. Verbovetska, O. S. (2016). Unofficial anthroponymy of Ternopil region [Neofitsiina antroponimiyia Ternopil'shchyny: dis. ... cand. philol. nauk], Ternopil National Pedagogical University named after Volodymyr Hnatiuk. [In Ukrainian].
3. Kravchenko, L. (2016). Motives for the nomination of Ukrainian call-up fighters – participants in the hostilities of the Russian-Ukrainian conflict in eastern Ukraine [Motyvy nominatsii pozyvnykh ukrains'kyh biitsiv – uchasnyky boiovykh dii rosiis'ko-ukrayins'koho konfliktu na shodi Ukrainy], *Teka Com. Pol.-Ukr. Connect. Cult.: czasopismo / nac. red. M. Oldakowska-Kuflowa. Lublin, wid-wo Uniw. Przyrodnic. w Lublinie*. [In Pole].
4. Pavlyuk, V. A. (2016). Formation of the unofficial anthroponymicon of Vinnytsia [Stanovlennya neofitsiinoho antroponimikonu Vinnychchyny: dis. ... cand. philol. nauk], Vinnytsia State Pedagogical University named after M. Kotsyubynsky. [In Ukrainian].
5. Savchuk, N. M. (2015). Aspects of the study of motivational relations in linguistics [Aspekty vyvchennya motyvatsiinykh vidnoshen' u lnhvistytsi. *Razvytye nauky v XXI veke: sb. publ. po mater. Mezhdunar. nauch.-prakt. conf.*], Kharkiv. Znanie. [In Ukrainian].
6. Selivanova, O. (2006). Modern linguistics: terminological encyclopedia [Suchasna lnhvistyka: terminolohichna entsyklopediia], Poltava. Dovkillia-K. [In Ukrainian].
7. Senyk, H. V. (2003). Methods of creating anthroponymic nicknames [Sposoby tvorennia vidantroponimnykh prizvys'k. *Zapysky z ukrains'koho movoznavstva: zb. nauk. pr.*], Odessa. Astroprint. [In Ukrainian].
8. Dictionary of the Ukrainian language / resp. ed. I. K. Bilodid. (1973) [Slovnyk ukrains'koi movy: v 11-ty tomakh], Kyiv. Naukova dumka. [In Ukrainian].
9. Ushakov, N. N. (1978). Nicknames and personal unofficial names (on the question of the boundaries of the nickname) [Prozvischnye i lichnye neofitsyal'nye imena (k voprosu o hranitsakh prozvischa)]. *Imia naritsatel'noe i sobstvennoe: sb. st.*, Moscow. Nauka. [In Russian].
10. Chuchka, P. P. (2008). *Anthroponymy of Transcarpathia* [Antroponimiiia Zakarpattia: monohrafiia]. Papirus. [In Ukrainian].

**N. M. Khrustyk,**

Odesa I. I. Mechnikov National University,  
Department of the Applied Linguistics  
Odesa;

**S. A. Petrova,**

Odesa I. I. Mechnikov National University,  
Ukrainian Language Department  
Odesa;

**T. S. Serkal,**

Odesa I. I. Mechnikov National University,  
Ukrainian Language Department  
Odesa

### **CALLS FOR UKRAINIAN MILITARY SERVANTS: REASONS FOR NOMINATION**

**Resume.** *The article is devoted to the study of call names of Ukrainian servicemen, participants of the Russian-Ukrainian war, in particular the question of the motives for the nomination of these onyms. This issue is important and **relevant**, because its coverage allows not only to explain the mechanism of production of a new type of informal anthroponyms, which is very important, but also to clarify how the motives for the nomination call represent self-expression and identification of their bearers (soldiers, military medics, chaplains, volunteers), as well as other persons involved in the formation of call names.*

*Studying the motives for the nomination of call signs, we considered the real motivation, which in the nonverbal aspect means the situation that precedes the appearance of the call sign, in the verbal – the text that served as the motive for creating informal naming.*

**The purpose** of our work is to study the motives for the nomination of Ukrainian conscripts. **The object** of analysis is the call names of Ukrainian servicemen involved in the armed conflict in eastern Ukraine. **Subject** – motives for the nomination of call names. We set ourselves the following **tasks**: to determine, where possible, the motives for the nomination of call signs; classify them by nature of origin; to find out how the motives for the nomination of call names represent the self-expression and identification of their bearers, as well as those persons involved in the creation of these onyms. The results of the study will find **practical application** in the study of onomasiology, word formation, onomastics, etc. in universities, in the development of special courses and writing manuals on the problems of the above disciplines.

*Based on the study of 720 male conscripts, the real motives for the creation of 242 onyms were clarified. 11 groups of motives used in the process of nomination of call-up soldiers-defenders have been identified and characterized: official anthroponyms; profession, occupation, position and title; denotation capture; features of character; attitude of the person to others and features of behavior; external characteristics of the person; life situation related to the person; ethnicity of the carrier; place of birth or residence of the person; nicknames of servicemen in peaceful life, etc.*

**Conclusions.** *The study of the motives for the nomination of call signs gives us a certain idea of the bearer, his worldview, shows the linguistic picture of the world in the social group of servicemen. Often the call signs contain an indication of additional information about the bearers of the name – place of residence, occupation, ethnicity, etc., emphasize the physical, psychological, intellectual qualities of man, preferences and habits.*

**Key words:** *mass media, Ukrainian servicemen, call signs, motives of nomination.*

УДК 811.111:811.161.2

**Л. Д. Швелідзе**

канд. філол. наук,

старший викладач кафедри англійської філології та перекладу,

Національний університет «Одеська політехніка»

[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251861](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251861)

## **СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА TWITTER: ОСНОВНІ ДИСКУРСИВНІ ОЗНАКИ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ ТА АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

*Статтю присвячено зіставному аналізу мовленнєвої поведінки носіїв української та англійської мови в соціальній мережі Twitter. Схарактеризовано специфіку Twitter як соціальної мережі та основний мовленнєвий жанр – твіт. Представлено зіставлення частотності мережевої активності носіїв української та англійської мов у Twitter. Здійснено порівняння мовленнєвої поведінки користувачів у Twitter і у Facebook. Визначено структурні, семантичні та лінгвопрагматичні параметри твітів в українськомовному і англомовному комунікативному середовищі. Доведено, що англомовний твітинг має виражений суб'єктивний характер та ґрунтується на комунікативних стратегіях аргументації і дискредитації; українськомовний твітинг тяжіє до пріоритетного залучення ритуальних жанрів та стратегії самопрезентації*

**Ключові слова:** соціальна мережа, мережевий дискурс, Twitter, англомовний користувач, українськомовний користувач.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Скерування наукових пошуків сучасного типологічного і порівняльного мовознавства в бік дискурсології та лінгвопрагматики зумовило вивчення мовленнєвої діяльності носіїв різносистемних мов у дискурсах різних типів, серед яких особливого значення набуває комунікативна діяльність у соціальних мережах. Комуніканти здійснюють взаємодію в мережевому дискурсі як у персональній, так і в інституційній сферах, спрямовуючи спілкування в заданому напрямі, визначеному на стратегічному рівні. Основні відмінності спілкування у віртуальному просторі представлено в такій популярній соцмережі, як Twitter, що зумовлює потребу його вивчення в зіставному аспекті

**Ступінь дослідження проблеми в мовознавстві.** Вивчення особливостей соціальної мережі Twitter ґрунтується передусім на структурно-семантичних і формально-графічних параметрах спілкування, що описано в наукових розвідках зарубіжних дослідників та українських науковців. Г. Атягіна потрактовує Twitter як особливу дискурсивну практику, відзначаючи такі риси, як «доступність для спостереження, динамічність, різноманіття суб'єктів комунікації і швидка реакція на актуальні події сьогодення» [1, с. 7]. О. Горошко називає

спілкування в зазначеній соціальній мережі «твітингом» і визначає його як мікроблогінг з наступними характеристиками: можливість тегінга за допомогою хештегів, обмеження обсягу повідомлення, обмеження доступу до приватного листування, високий ступінь інтегрованості в інші інтернет-сервіси [3, с. 12].

Проблеми дослідження політичного твітингу порушено переважно в наукових розвідках зарубіжних дослідників ([7], [8] та ін.). Дослідження твітингу в політичному дискурсі представлено в праці О. Горошко і Т. Полякової, які виокремлюють новий мовленнєвий жанр – політичний твітинг, що має наступні параметри: «мета, тип автора та адресата, хронотоп (оформлення жанру на екрані комп'ютера, структура твітів, обмеження довжини повідомлення в 140 знаків, види твітів, тематика твітів, мультимедійність, інтерактивність, гіпертекстуальність, оперативність), стилістичні параметри» [4, с. 94]. У дисертації Т. Полякової розглянуто жанрові характеристики твітингу в англійськомовному політичному дискурсі. Т. Полякова уналежнює до чинників, що забезпечують високу популярність Твіттеру наступні: простоту і доступність користування, високу оперативність, швидкість створення акаунта, наявність зручного пошукового інтерфейсу, можливість виразити свою думку в лаконічній формі [6, с. 93]. О. Горошко, аналізуючи жанри віртуального дискурсу, зазначає: «виникають абсолютно нові, *дигітальні* або *мережеві* жанри, які своїм народженням зобов'язані виключно технічним можливостям мережі Інтернет і сервісів на його основі, наприклад, чат або служба миттєвих повідомлень. Виникають і гібридні жанри, що під впливом інтернет-технологій значно видозмінилися або трансформувалися в інші форми» [3, с. 12]. Стосовно Твіттера О. Горошко звертає увагу на такі характеристики цієї соцмережі: наявність хештегів, що використовуються з метою тегінга; обмеження обсягу 140 символами; обмеження доступу до приватного листування зареєстрованих користувачів; високий ступінь інтегрованості в інші сервіси веб 2.0» [3, с. 14]. О. Горошко вважає, що Twitter і ширшим за поняття соціальної мережі та наголошує на тому, що це «засіб оперативного спілкування, гібридна формою, що поєднала ознаки кількох інтернет-ресурсів: служби миттєвих повідомлень, блогу, електронної пошти і соціальної мережі» [3, с. 12]. Н. Кобрін додає, що Twitter є «інформаційною мережею в реальному часі (*a real-time information network*)» [5, с. 109].

Проте зіставний аспект комунікативної взаємодії в Twitter потребує ґрунтовного аналізу.

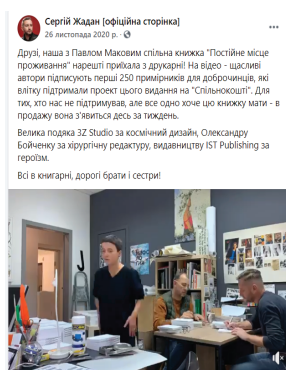
**Мета дослідження** – здійснити зіставний аналіз англомовного та українськомовного сегментів соціальної мережі Twitter в комунікативно-дискурсивному аспекті.

**Об'єктом** нашого дослідження є англокомовний та українськомовний сегменти соціальної мережі Twitter, **предметом** дослідження слугували мовленнєві жанри цієї соцмережі – твіти, – представлені користувачами – носіями англійської та української мов. Джерельною базою дослідження слугували твіти публічних осіб України, США і Великобританії – політиків, письменників, акторів та ін.

**Викладення основного дослідження.** Серед соціальних мереж, що залучені до персональної та інституційної комунікації, потужним інструментом публічного спілкування є Twitter. Фактичний матеріал демонструє надання переваги цій соцмережі в англomовному мережевому дискурсі: ми проаналізували 940 твітів з 1800 коментарями англomовних користувачів і 560 твітів з 1200 коментарями українськомовних користувачів. Загалом українськомовні користувачі значно рідше використовують Twitter як комунікативний простір і здебільшого дублюють представлені дописи в обох соцмережах, натомість англomовні користувачі є активними комунікантами саме в Twitter.

Наведемо деякі кількісні показники твітів за статистикою, представленою в соцмережі: англomовні користувачі Г. Клінтон – 12500, Н. Чомский – 16700, Б. Обама – 16100, Е. Воррен – 7765; українськомовні користувачі Д. Кулеба – 5977, А. Гриценко – 3800, А. Яценюк – 2971, С. Жадан – 1094. Як бачимо, за кількістю твітів значно переважають англomовні публічні особи та культурні діячі, а українськомовні користувачі досить обмежено використовують Twitter як віртуальний комунікативний простір.

Якщо порівнювати дописи у двох соцмережах – Twitter і Facebook, – то Twitter демонструє переважно дублювання інформації в українськомовних користувачів. Так, наприклад, на офіційній сторінці у українського письменника С. Жадана у Twitter представлено твіт: *Друзі, наша з Павлом Маковим спільна книжка «Постійне місце проживання» нарешті приїхала з друкарні! На відео – щасливі автори підписують перші 250 примірників для доброчинців, які влітку підтримали проект цього видання на «Спільнокошті»* (Twitter, 28.11.2020). Натомість на сторінці у Facebook цей допис представлений на два дні раніше в розгорнутому вигляді.



Якщо порівнювати дописи і твіти однакового змісту за близькі дати, то в українськомовних користувачів спостерігаємо переважно дублювання зі стислим варіантом твіту і повним у дописі Facebook. В англomовних користувачів такого дублювання не зафіксовано: Twitter демонструє оперативну, миттєву реакцію користувачів на певні події, наслідком чого є численні твіти, пред-

ставлені упродовж одного дня (до 10–15 твітів), а в мережі Facebook дописи з'являються не частіше 1–2 разів на день.

Наведемо приклад зі сторінки М. Обами за 7.11.2020, що містить низку твітів різного змісту, розміщених упродовж одного дня



Саме така ситуація є характерною для англomовних користувачів: твітинг виконує функцію оперативного реагування на об'єктивну дійсність і не дублює інші соцмережі.

Соціальна мережа Twitter має специфічну рису, що відрізняє комунікативну взаємодію в його межах від інших соціальних мереж, – це можливий максимальний обсяг повідомлення, який становить не більше 140 символів. Обмежений обсяг повідомлення (твіту) зумовлює одну з основних вимог до змісту тексту – лаконічність, стислість, тобто автор повинен в стислій формі виразити основну думку, дотримуючись текстових категорій інформаційності та комунікативності.

Чіткі вимоги до обсягу, структури і змісту повідомлень у Twitter зумовлюють вироблення жорстких жанрових характеристик на відміну від інших соціальних мереж, що не мають подібних вимог до дописів і користувачів. Це спричиняє певною мірою афористичність твітингу, напр.: *Donald Trump didn't build a wall around America, the world built a wall around us* (Twitter, Дж. Байден, 28.08.2020). З огляду на це актуальним є розгляд твіту саме в жанровому аспекті, що уможливує виявлення основних жанрових ознак твіту як мережевого повідомлення.

Використання соцмережі Twitter пов'язано з домінуванням комунікативної настанови на спілкування з масовим адресатом, тобто комунікація «скерована на всіх користувачів, підписаних на отримання повідомлень відповідного політичного діяча» [4, с. 95]. О. Гончарова детермінує Twitter як «новий конвергентний інтернет-жанр, серед основних жанротвірних ознак якого потрібно ви-



окремити лаконічність, адресність, контекстну і комунікативну зумовленість, інтерактивність, гібридність, конвергентність» [2, с. 57].

Відзначимо специфіку поєднання політичного і мережевого дискурсів в українському Twitter, що є віддзеркаленням українського політичного дискурсу, представлення повідомлень переважно здійснюється політичними лідерами державною мовою. Проте українські політики здебільшого дублюють повідомлення, створені українською мовою, ще й англійською, напр.:

*Discussed with the Babyn Yar #Holocaust Memorial Charity Fund the need to implement an important project for #Ukraine – a memorial center of Holocaust victims. There have been many tragic pages in our history. We must remember and talk about them with next generations.*

*Обговорив з Благодійним фондом «Меморіал Голокосту «Бабин Яр» необхідність втілення важливого для України проекту – меморіального центру пам'яті жертв Голокосту. В нашій історії було багато трагічних сторінок. Ми маємо пам'ятати про них, розповідати наступним поколінням (Twitter, В. Зеленський, 29.07.2020).*

Значимо, що першим повідомленням репрезентовано саме англійське, а лише другим – українськомовне, хоч основними адресатами політичного твітингу є саме українці, оскільки твіт має інформаційний характер і містить повідомлення про події в Україні. Таке дублювання представлено у деяких українських політиків (В. Зеленського, П. Клімкіна, П. Порошенка, У. Супрун, А. Яценюка та ін.) і свідчить, на нашу думку, про вторинність українського політичного твітингу та скерування на зарубіжну англійськомовну аудиторію, напр.: *I don't believe it's possible to reach peace in UA by talking to Putin & trying to see something in his eyes. Putin's eyes are full of blood. There is nothing to see there except suffering, war, oppression & fight against UA (Twitter, А. Яценюк, 23.10.2020); #Ukraine is ranked among the world's best for IT services outsourcing. We are also among the leading producers and exporters of agricultural products with huge potential. I told about Ukraine's investment attractiveness at the #Vienna Economic Forum – Vienna Future Dialogue 2020 (Twitter, Д. Шмигаль, 16.11.2020).*

Жанрова специфіка твіту в мережевій комунікації ґрунтується на поліфункційності віртуального спілкування. Зважаючи на це, твіт підпорядкований реалізації різноманітних авторських інтенцій, серед яких домінує прагнення інформувати адресата про певні події в житті мовця або світу, емоційний стан мовця тощо, напр.: *Збільшується кількість хворих на коронавірус, які потребують госпіталізації. В стаціонарах перебувають 486 пацієнтів. З них 22 дитини. 101 хворий у важкому стані. 195 отримують кисневу терапію. 14 під апаратами ШВЛ. Іще 60 пацієнтів перебувають в лікарнях із підозрою на коронавірус (Twitter, В. Кличко, 28.08.2020).* Домінування інформаційної функції спостерігаємо в українськомовному твітингу, натомість в англійськомовному переважають поліфункційні повідомлення з актуалізованої авторської позиції-

єю. Так, в американському політичному твітингу фіксуємо актуалізовані засоби вираження суб'єктивної модальності, напр.: *In my view, we can no longer tolerate the three wealthiest people in America owning more wealth than the bottom 50 percent, while over 30 million Americans have lost their jobs and 92 million people are either uninsured or under-insured* (Twitter, Б. Сандерс, 6.08.2020). Мовці-політики висловлюють свою позиції, аргументують її, часом нав'язують читачам і переконують в її істинності.

В українськомовному твітингу трапляються аргументативні дописи з вербалізацією авторської позиції, проте це має поодинокий характер, напр.: *Вважаю, що монобільшість приведе до дострокових парламентських виборів. Питання тільки – коли. З огляду на те, що ніякої монобільшості вже немає, наступний рік може стати роком, коли Україна піде на дострокові парламентські вибори #webksf* (Twitter, А. Яценюк, 10.07.2020). У такому разі дописувач коментує певну ситуацію, подію, явище, тобто інформаційність поєднано з аргументативністю. Зазначимо, що посилення чинника автора в англійськомовному твітингу супроводжується використанням адресно скерованих комунікативних стратегій, здебільшого конфліктного типу, напр.: *Donald Trump promised to bring back jobs, but his policies crushed the manufacturing sector – and that was true even before COVID-19. I'll revitalize American manufacturing and innovation and create millions of good-paying jobs so we can build back better* (Twitter, Дж. Байден, 6.08.2020). В українськомовному мережевому просторі твіти переважно нейтрального характеру, їхній зміст здебільшого орієнтований на репрезентацію позиції мовця.

Інформаційність твітів поєднана з іншими функційними настановами, що спричиняє синкретизм на жанровому рівні: синтезовано жанри різних типів. Це передусім поєднання інформаційності з ритуальністю, що зумовлює залучення ритуальних жанрів і відповідних мовленнєвих актів привітання, напр.: *A very big CONGRATULATIONS to the great @seanhannity on having the Number One Book on the Planet, "Live Free Or Die". The book is fantastic, and so true. Keep Sean Number One!* (Twitter, Д. Трамп, 6.08.2020); запрошення, напр.: *«Наші Котіки» повертаються на великий екран! Поки що для показу просто неба. Вхід вільний, тож беріть своїх близьких та друзів, аби провести останні дні літа на свіжому повітрі і від душі посміятися в компанії котиків. Зустрінемося на показі!* (Twitter, У. Супрун, 26.08.2020); побажання, напр.: *Звільнення глави керованої з Москви Білоруської православної церкви, який відвідував поранених протестуючих у лікарнях, ще раз показує очевидне: РПЦ не про віру та цінності, а про політику. Бажаю білорусам отримати свою, як в нас, православну церкву* (Twitter, П. Клімкін, 27.08.2020); подяки, напр.: *Thank you @womenvote100 for joining us at the @WhiteHouse yesterday to honor this historic milestone & celebrate the incredible achievements and contributions women have made to our Nation. Your work ensures that all women and young girls have the ability to pursue their dreams!* (Twitter, М. Трамп, 19.08.2020) тощо.

Жанрова синкретичність, зокрема поєднання інформаційності з ритуальністю становить одну з особливостей твітингу на лінгвопрагматичному рівні. Використання перформативних мовленнєвих актів у твітах актуалізує лінгвопрагматичний ефект спілкування та створює ефект безпосередньої інтерактивної комунікативної взаємодії. Через етикетні дії ритуального характеру мовці, з одного боку, демонструють повагу до читачів і власну вихованість, а з іншого боку, інформують читачів про певні події та висловлюють власну позицію щодо цих подій. Так, урочисті дати завжди є інформаційним приводом для коментарів та самопрезентацій, напр.: *The 19th amendment is the legacy of all those who marched and organized for transformational legislative change. Progress isn't about just politics or protest – it's about both. 100 years later, we're all so much better off because of their commitment* (Twitter, Б. Обама, 19.08.2020). Мовець представляє вербальну реакцію на певні події або урочистості, інформують адресатів про певні події та коментують своє ставлення до події та її значення для сьогодення. Такий підхід однаковою мірою характерний і для українськомовного, і для англійськомовного твітингу.

У твітингу інформаційність поєднано і з аргументативністю: мовці стисло формулюють власну позицію або висловлюють ставлення до ситуації з відповідними аргументами, напр.: *Суттєвий виклик – місцеві вибори. Будуть займатися не вирішенням проблем децентралізації чи місцевих громад, а прокладатимуть шлях для політичної деструкції і ідеологічного розколу України. Переживаю, що ці місцеві вибори можуть політично поділити Україну по Дніпру* (Twitter, А. Яценюк, 10.07.2020). Аргументи висловлені на підтримку власної позиції, а інтенція мовця в цьому випадку скерована не лише на аргументацію, а й на самопрезентацію як політика, який знає вихід за складної ситуації. Синкретичність твітингу на рівні комунікативних настанов виражається і в залученні персуазивних інтенцій: інформуючи про певну подію чи висловлюючи власну думку, мовці намагаються й агітувати за певну політичну силу або, навпаки, дискредитувати своїх опонентів, напр.: *Donald Trump and Betsy DeVos are the worst possible people to lead our nation's schools through this pandemic* (Twitter, Д. Трамп, 2.09.2020). За таких умов у твіті вжито імена або прізвища політиків-опонентів і переважно наявні заклики до відповідних дій.

Зазначимо, що в англійськомовному твітингу прямі вказівки на опонентів представлені більшою мірою, ніж в українському. Домінантною інтенцією українськомовних користувачів стає представлення себе в позитивному світлі, а англійськомовних – представити своїх опонентів у негативному світлі.

**Висновки і перспективи дослідження.** Віртуальний дискурс, представлений в соціальній мережі Twitter, характеризується інтерактивністю та синкретичністю. Його основним жанром є твіт, відзначений лаконічністю та афористичністю, що зумовлено актуалізацією основних текстових категорій комунікативності та інформативності. Англомовний твітинг має виражений суб'єктивний характер, ґрунтується на комунікативних стратегіях аргумента-

ції і дискредитації. Українськомовний твітинг тяжіє до пріоритетного залучення ритуальних жанрів та стратегії самопрезентації. Перспективи дослідження полягають у подальшому зіставленні комунікативної поведінки носіїв української та англійської мов у мережевому дискурсі.

## Література

1. Атягина, А. П. (2014). *Твиттер как новая дискурсивная практика*. (Автореферат дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук).
2. Гончарова, Е. А. (2019). Жанрообразующие характеристики англоязычного микроблога Твиттер. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*, 3, 51–58.
3. Горошко, Е. И. (2011). «Чирикающий» жанр 2.0 Твиттер или что нового появилось в виртуальном жанроведении. *Вестник Тверского государственного университета*, 3, 11–21.
4. Горошко, Е. И., Полякова, Т. Л. (2014). Политический твиттинг как новый жанр Интернет-коммуникации. *Вопросы психолингвистики*, 92–103.
5. Кобрин, Н. В. (2016). Твиттинг – новый социокоммуникативный жанр Интернет-коммуникации. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 9 (63). В 3-х ч. Ч. 3, 109–111.
6. Полякова, Т. Л. (2014). *Лингвостилистичні характеристики жанру твітінг в англійській політичній інтернет-комунікації*. (Автореферат дис. канд. філол. наук).
7. Maireder, A., Ausserhofer, J. (2013). National Politics on Twitter. *Information, Communication & Society*, 291–314.
8. Dang-Xuan, L., Stieglitz, S., Wladarsch, J., Neuberger, Ch. (2013). An Investigation on Influentials and the Role of Sentiment in Political Communication on Twitter during Election Periods. *Information, Communication & Society*, 1–31.

## References

1. Atyagina, A. P. (2014). Twitter as a new discursive practice [Twitter kak novaya diskursivnaya praktika]. (Avtoreferat diss. na soiskanie uchen. stepeni kand. filol. nauk).
2. Goncharova, E. A. (2019). Genre-forming characteristics of the English microblog Twitter [Zhanroobrazuyushchie kharakteristiki angloyazychnogo mikrobloga Twitter]. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*, 3, 51–58.
3. Goroshko, E. I. (2011). Tweeting Genre 2.0 Twitter or What's New in Virtual Genre Studies [«Chirikayushchiy» zhanr 2.0 Twitter ili chto novogo poyavilos' v virtual'nom zhanrovedenii]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta*, 3, 11–21.
4. Goroshko, E. I., Polyakova, T. L. (2014). Political tweeting as a new genre of Internet communication [Politicheskyy twitting kak novyy zhanr Internet-kommunikatsii]. *Voprosy psikholingvistiki*, 92–103.
5. Kobrin, N. V. (2016). Twitting is a new socio-communicative genre of Internet communication [Twitting – novyy sotsiokommunikativnyy zhanr Internet-kommunikatsii]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 9 (63). V 3-kh ch. Ch. 3, 109–111.
6. Poliakova, T. L. (2014). Linguistic and stylistic characteristics of the twittering genre in English political Internet communication [Linhvostylistychni kharakterystyky zhanru tvittinh v anhlomovnii politychnii internet-komunikatsii]. (Avtoreferat dys. kand. filol. nauk).
7. Maireder, A., Ausserhofer, J. (2013). National Politics on Twitter. *Information, Communication & Society*, 291–314.
8. Dang-Xuan, L., Stieglitz, S., Wladarsch, J., Neuberger, Ch. (2013). An Investigation on Influentials and the Role of Sentiment in Political Communication on Twitter during Election Periods. *Information, Communication & Society*, 1–31.

**Shvelidze L.D.**

**TWITTER SOCIAL NETWORK: MAIN DISCURSIVE  
FEATURES IN UKRAINIAN-SPEAKING AND ENGLISH-  
SPEAKING COMMUNICATIVE ENVIRONMENT**

*The article is devoted to a comparative analysis of the speech behavior of Ukrainian and English speakers on the social network Twitter. The specifics of Twitter as a social network and the main speech genre – tweet are characterized. A comparison of the frequency of network activity of Ukrainian and English speakers on Twitter is presented. A comparison of the speech behavior of users on Twitter and Facebook. The structural, semantic and linguo-pragmatic parameters of tweets in the Ukrainian-language and English-language communicative environment are determined. English-language tweeting has been shown to be highly subjective and based on communicative strategies of argumentation and discrediting; Ukrainian-language tweeting tends to involve ritual genres and self-presentation strategies as a priority*

**Key words:** *social network, network discourse, Twitter, English-speaking user, Ukrainian-speaking user.*

## ***Відомості про авторів***

**Бахчиванжи Альона Вікторівна** – кандидатка філологічних наук, старша викладачка кафедри мовної підготовки Одеської державної академії будівництва та архітектури

**Бойко Ольга Олексіївна** – докторка філософії (035 Філологія), викладачка кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Верзілова Єлизавета Федорівна** – магістрантка кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Завальська Любов Володимирівна** – кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри прикладної лінгвістики Національного університету «Одеська юридична академія»

**Кіщенко Алла Миколаївна** – кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Кондратенко Наталя Василівна** – докторка філологічних наук, професорка, завідувачка кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Малишева Марія Геннадіївна** – аспірантка кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Нерян Софія Олександрівна** – кандидатка філологічних наук, викладачка кафедри романо-германської філології та методики викладання іноземних мов Міжнародного гуманітарного університету

**Онщенко Олена Олегівна** – магістрантка кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Петрова Світлана Анатоліївна** – магістрантка кафедри української мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Серкал Тетяна Сергіївна** – магістрантка кафедри української мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Степанюк Мирослава Максимівна** – магістрантка кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Стрій Людмила Іванівна** – кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Хрустик Надія Михайлівна** – кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Швелідзе Лідія Дмитрівна** – кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри англійської філології та перекладу Національного університету «Одеська політехніка»



Українською, російською та англійською мовами

Адреса редколегії журналу:  
вул. Дворянська, м. Одеса, 65082  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Адреса редколегії серії:  
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058  
Філологічний факультет  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Підписано до друку \_\_\_\_\_ р. Формат 70×108/16.  
Ум. друк. арк. \_\_\_\_\_. Тираж 100 прим. Зам. № \_\_\_\_\_.

Видавець і виготовлювач  
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4215 від 22.11.2011 р.  
65082, м. Одеса, вул. Єлісаветинська, 12, Україна  
Тел.: (048) 723 28 39  
e-mail: druk@onu.edu.ua