

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

Філологічний факультет

Спочатку було слово...

Матеріали
студентської наукової конференції
філологічного факультету



Харків
18 квітня **2006** року

Регламент роботи конференції:

14⁰⁰ – 15⁰⁰ – пленарне засідання (ауд. 2-34)

15⁰⁰ – 17⁰⁰ – секційні засідання

Під час конференції будуть працювати секції:

1. Літературознавчі аспекти
аналізу художнього твору
(ауд. 2-34; 6-85).
2. Мова художнього тексту
(ауд. 2-37).
3. Лексична й фразеологічна семантика:
загальномовний та особистісний виміри
(ауд. 6-77).
4. Сучасний мас-медійний простір:
семантичний і прагматичний виміри
(ауд. 6-86).
5. Актуальні проблеми сучасної лінгвістики
(ауд. 2-38).

Доповідь на пленарному засіданні – 15 хв.

Доповідь на секційному засіданні – 12 хв.

Відповіді на запитання – 5 хв.

Обговорення виступів, дискусія – 20 хв.

Пленарне засідання

14⁰⁰ – 15⁰⁰

ауд. 2-34

Головує проф. Безхутрий Ю. М.

1. Вітальне слово

декана філологічного факультету проф. Безхутрого Ю. М.

2. Доповіді:

Чиркова Ю. Ю.

V курс, відділення класичної філології,

науковий керівник – доц. Ващенко Ю. А.

Неоміфологізм французького «нового роману»

(«Георгіки» К. Сімона, «Переміна» М. Бюжера)

Якименко О. О.

IV курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – ст. викладач Геращенко О. М.

Інтенція та диспозиція передмов до Учительного Євангелія 1637 р.

Ковжого Г. С.

IV курс, відділення журналістики,

науковий керівник – ст. викладач Бабай П. М.

Есхатологія в оформленні видань Срібного століття у Росії

(за матеріалами символістських журналів-маніфестів)

Секція 1

Літературознавчі аспекти аналізу художнього твору

Підсекція 1

15⁰⁰ – 17⁰⁰

ауд. 2-34

Керівники: доц. Ващенко Ю. А., доц. Шеховцова Т. А.

Доповіді:

1. Цукур Г.І.

V курс, відділення класичної філології,

науковий керівник – доц. Ващенко Ю. А.

Система міфологем у романі М. Юрсенар «Спогади Адріана»

2. Дорошенко Т. С.

V курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – доц. Матвєєва Т. С.

Роман І. Франка «Лель і Полель»

як психоаналітична студія двійництва

3. Гаврюшенко Д. О.

V курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – доц. Матвєєва Т. С.

Соціальне «дно»

як коригуючий фактор поведінкової моделі персонажів:

зовнішні та внутрішні зміни

4. Семенець О. С.

IV курс, відділення класичної філології,

науковий керівник – доц. Ващенко Ю. А.

«Орфізм» як ядро художньої філософії Р. М. Рільке

5. Колесникова О. М.

IV курс, відділення російської мови та літератури,

науковий керівник – доц. Шеховцова Т. А.

Особливості літературного портрету в прозі Л. Г. Добичина

(на матеріалі роману «Город Ен»)

Проуторова О. В.

IV курс, відділення російської мови та літератури,

науковий керівник – доц. Матушек О. Ю.

Концепція творчості у повісті «Інопланетянка» О. Забужко

Підсекція 2

15⁰⁰ – 17⁰⁰

ауд. 6-85

Керівники: доц. Євстаф'єва Н. П., доц. Краснящих А. П.

Доповіді:

1. Бережной Є. В.

IV курс, відділення російської мови та літератури,

науковий керівник – доц. Євстаф'єва Н. П.

Авторська парадигма метафізичного існування

в романі Г. Газданова «Повернення Будди»

2. Нехода О. В.

V курс, відділення журналістики,

науковий керівник – проф. Лагунов О. І.

Проблематика критичних оглядів О. О. Блока в журналі «Золоте руно»

3. Шиляєва М. Ю.

V курс, відділення класичної філології,

науковий керівник – доц. Краснящих А. П.

Архетип Орфея у творах П. Зюскінда «Запахи» і «Контрабас»

4. Строніна О. О.

V курс, відділення класичної філології,

науковий керівник – доц. Краснящих А. П.

Архетип Едипа як домінуючий міфологічний мотив у романі М. Фріша «Назву себе Гантенбайн»

5. Бригада О. С.

III курс, Харківський державний університет мистецтв

ім. І. П. Котляревського, факультет театрознавства,

науковий керівник – проф. Логвинова Н. Р.

Філософські основи комедії В. Шекспіра «Сон літньої ночі» і драми-феєрії Лесі Українки «Лісова пісня»

Секція 2

Мова художнього тексту

15⁰⁰ – 17⁰⁰

ауд. 2-37

Керівники: доц. Зуєнко Ю. І., ст. викладач Губарева Г. А.

Доповіді:

1. Вороніна К. Г.

IV курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – проф. Калашиник В. С.

Варіативність концептуального образу «вода»
в поезії Майка Йогансена

2. Ткаченко Л. Є.

IV курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – доц. Філон М. І.

Мовні засоби вираження часу

в романі О. Ільченка «Козацькому роду нема переводу»

3. Салатська А. І.

IV курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – доц. Філон М. І.

Міфологеми як чинник художньої організації поезії М. Вінграновського

4. Кизима Т. П.

III курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – доц. Зуєнко Ю. І.

Мовний образ часу в поезії Оксани Забужко

5. Кузнецова О. С.

III курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – ст. викладач Кудряшова М. В.

Засоби створення комічного в поезії для дітей

Секція 3

Лексична й фразеологічна семантика: загальномовний та особистісний виміри

15⁰⁰ – 17⁰⁰

ауд. 6-77

Керівники: проф. Калашник В. С., доц. Чернцова О. В.

Доповіді:

1. Тротченко Г. С.

III курс, відділення структурної та прикладної лінгвістики,

науковий керівник – доц. Кратива Ю. В.

«Відбиток» гендерних стереотипів у пареміях

2. Калініна Л. В.

V курс, відділення російської мови та літератури,

науковий керівник – доц. Чернцова О. В.

Слово «правда» как имя концепта

3. Губарева С. А.

V курс, відділення російської мови та літератури,

науковий керівник – доц. Чернцова О. В.

Дискурсивное слово «как бы» как показатель творческого мышления

4. Сінельнікова М. О.

IV курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – проф. Боярова Л. Г.

Семантичні розряди в українській політологічній термінології

5. Житін Я. В.

IV курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – проф. Боярова Л. Г.

Структурно-семантичні особливості макрополя «назви осіб»
в українській військовій термінології

6. Асаула М. М.

V курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – доц. Сагаровський А. А.

Лексика дитячого спілкування в говірках Слобожанщини

7. Онацька О. В.

V курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – доц. Сагаровський А. А.

Фразеологічний словник діалектного індивідуума

Секція 4

Сучасний мас-медійний простір:
семантичний і прагматичний виміри

15⁰⁰ – 17⁰⁰

ауд. 6-86

Керівники: доц. Трифонов Р. А., доц. Хавкіна Л. М.

Доповіді:

1. Бондаренко О. В.

IV курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – Трифонов Р. А.

Елементи семантичного поля «метал»
у номінаціях зірок масової культури і спорту

2. Орда Ю. Д.

V курс, відділення журналістики,

науковий керівник – ст. викладач Лаврик О. В.

Культурна проблематика
на сторінках сучасного модного журналу «L'officiel-Україна»

3. Пирогова Г. А.

III курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – доц. Трифонов Р. А.

Дієслова з позитивною оцінною семантикою в рекламі ліків

4. Касьян І. М.

V курс, відділення журналістики,

науковий керівник – доц. Хавкіна Л. М.

Колір у телерекламі як засіб візуального впливу на споживача

5. Барикіна О. І.

V курс, відділення журналістики,

науковий керівник – доц. Хавкіна Л. М.

Спонсорство у спорті: основні тенденції в українському медіа-просторі

6. Лукашова В. А.

IV курс, відділення журналістики,

науковий керівник – викладач Фоменко В. К.

Дослідження теоретичних основ

та практичного досвіду інформаційної підтримки бренду

7. Нагорна Н. В.

V курс, відділення журналістики,

науковий керівник – доц. Хавкіна Л. М.

Альтернативна реклама як постмодерністське явище

8. Бугай Т. В.

IV курс, відділення журналістики,

науковий керівник – ст. викладач Лаврик О. В.

Проблема формування здорового способу життя

на сторінках сучасних жіночих журналів

Секція 4

Актуальні проблеми сучасної лінгвістики

15⁰⁰ – 17⁰⁰

ауд. 2-38

Керівники: ст. викладач Анютіна А. А., ст. викладач Лук'яненко С. С.

Доповіді:

1. Темна Т. М.

III курс, відділення прикладної лінгвістики,

науковий керівник – викладач Галунова Н. М.

Конструкції „stone wall” як один із засобів словотвору

в сучасній англійській мові

2. Ямпольська Н. О.

V курс, відділення прикладної лінгвістики,

науковий керівник – доц. Кравчук І. С.

У пошуках ефективного використання синтаксису
в задачах автоматичного реферування тексту

3. Либа І. О.

IV курс, відділення прикладної лінгвістики,

науковий керівник – доц. Коптьолова Г. В.

Особливості перекладу слів „компанія” та „фірма” на англійську мову
й уживання аббревіатур на позначення британських та американських
ділових компаній в англійській діловій кореспонденції

4. Меленцева Г. С.

V курс, відділення української мови та літератури,

науковий керівник – доц. Сагаровський А. А.

Звук [г] та коректність/некоректність його реалізації

5. Кучіна В. С.

V курс, відділення прикладної лінгвістики,

науковий керівник – ст. викладач Анютіна А. А.

Варіанти використання споріднених прислівників та прикметників
в англійській мові

6. Дерід М. О.

IV курс, відділення прикладної лінгвістики,

науковий керівник – доц. Кравчук І. С.

Представлення знань в інтернеті

М. М. Асаула
Лексика дитячого спілкування
в говірках Слобожанщини

Дитяче мовлення Слобожанщини, як і інших регіонів України, в сучасній україністиці досліджене слабо. Деякою мірою його торкалися такі визначні лінгвісти, як Л.А. Булаховський, А.Л. Погодін, В.К. Чернецький та інші вчені. Дитяча лексика частково зібрана й відображена в словниках, є деякі зауваження стосовно окремих слів, але спеціальних системних розвідок щодо цих елементів у мовознавчій науці немає.

Дитяча лексика є специфічним пластом загальнонародного словника. Територіальна поширеність цих слів неоднакова. Одні з них уживаються на всій мовленнєвій території, інші – лише у певній місцевості. Такі слова, як *ВА'ВА* – «виразка, рана», *КО'КО* – «яйце» й інші, відомі всім носіям української мови. Але часто в говорах поряд із поширеними на всій мовленнєвій території словами дитячої лексики на означення одних і тих же предметів і явищ існують паралельні діалектні назви. Наприклад, літературне «картопля», у той час як *БО'Л'А*, *КО'Т'А*, *КА-ТО'С'А*, *КО'Т'КА* мають діалектний характер. Або: «вода» – літературне, *О'ДА*, *ПИ'Т'А* – діалектні («дитячі») утвори.

Отже, лексичні діалектизми в дитячому мовленні – це «своєрідні дублети до загальноновживаних дитячих слів».

Мовленнєві елементи «дитячої сфери» – доволі різноманітний набір утворень. Це і «звичайні» слова, але з явною гіпокористичною конотацією, і нерегулярні форми з okazіональним словотворенням, спрощеним фонетичним складом, адаптованим до артикуляційного апарату дитини, і звуконаслідування, редуплікації тощо.

Із більшою чи меншою чіткістю їх можна поділити на такі групи:

- 1) лексичні (*БУ'Л'А* – яйце, *БУ'БА* – ягода, *ПИ'Ц'А* – сало,);
- 2) семантичні (*БУ'БА* – ягода і пухлина);
- 3) словотвірні (*М'ІДКО?* – мед, щось солодке, *СПАТУ'Н'І* – спати,);
- 4) фонетично-звуконаслідувальні (із словотвірною функцією): *БЕ*, *МЕ*, *БУЛ' – БУ'Л'*;
- 5) фонетично-опрошені (*М'А* – м'ясо, *О'ДА* – вода);
- 6) фонетико-метатезовані (*Л'А'БУКО* – яблуко, *КАЙМА'Н* – комар);
- 7) фонетично-адаптовані (*ЛО?З?ЕЦ?КА* – «ложка», *М'І'С'КА* – «миска»);
- 8) редупліко-анафоричні (зі статусом слова): *Н?АМ-Н?А?М*, *ГАЇ-ГА'Ї*;
- 9) граматичні (*ХЛ'Е'БА* – «хліб»);
- 10) запозичення (*ХЛ'Е'БУШЕК*, *САХАЙО'К*).

У результаті дослідження можна зробити такі висновки: 1) мовленнєві «дитячі» елементи – складова частина загальнонародної української мови; 2) більшість із них інтер- і наддіалектні; 3) у дитячому мовленні присутні діалектизми, які є цінним матеріалом для дослідників (особливо лексичні, що є наслідком «дитячої творчості»); 4) даний фактичний матеріал міг би значною мірою увійти до загальноукраїнського атласу «дитячого мовлення», створення якого – ще одна із можливих ділянок роботи діалектолога.

О. І. Барикіна

Спонсорство у спорті:

основні тенденції в українському медіа-просторі

Спонсорство на сьогодні є перспективною й маловивченою комунікативною технологією, з огляду на що становить інтерес для журналістикознавців. Це синтетична форма маркетингових комунікацій, що включає в себе складний набір прийомів і заходів, які можуть містити елементи ПР, реклами, стимулювання збуту тощо. Процес спонсорування має чотири етапи: створення спонсорського пакету, планування, здійснення комунікації, оцінка комунікативної ефективності кампанії.

Історичним попередником спонсорства є меценатство, але принциповою відмінністю двох понять є прагнення спонсорства до зворотного зв'язку, тоді як у меценатстві відсутність такого зв'язку є бажаною нормою.

Спонсорство можна використовувати як рекламу торгівельної марки, проте, ефективність такої комунікації дуже низька. До спонсорства часто вдаються як до реклами торгівельної марки через законодавчі обмеження рекламування в ЗМІ деяких видів товарів. Спонсорство виконує і завдання, пов'язані з розвитком бренду, коригуванням іміджу бренду в масовій свідомості. Бренд є символом, концентрацією корпоративної культури, іміджу, одним із його головних компонентів є апріорна атрибуція якості. У ПР діяльність щодо спонсорства спрямована на створення чи підтримання позитивного іміджу компанії або її керівництва в суспільстві та для покращення іміджу компанії серед її працівників.

Ми виділили вісім тенденцій, які можна спостерігати в сучасному українському медіа-просторі на ринку спонсорства в галузі спорту:

1. Спонсорування національного спорту зарубіжними компаніями: спонсують змагання й команди національного рівня й лише популярні види спорту.

2. Фінансування спортивних змагань вітчизняними компаніями: особливо ефективним є спонсорство місцевих турнірів з вузькою цільовою аудиторією.

3. Вихід українського бізнесу на російський спортивний ринок: це є наслідком інтенсивного розвитку українських компаній, незрілості нашого ринку спонсорства, невміння формулювати спортивними закладами своїх пропозицій до спонсорів.

4. Створення підприємствами власних спортивних команд: така діяльність має багато рис паблік рилешнз; таке спонсорство є важливою запорукою існування позитивної атмосфери в колективі підприємства.

5. Разові турніри компаній: ідея проведення іменних турнірів є дуже перспективною в українському спорті, вона може вирішувати складні завдання тих брендів, реклама яких заборонена.

6. Системна підтримка окремих спортсменів: така діяльність може приносити позитивні результати для компаній-спонсорів лише за умови створення з імені конкретного спортсмена бренду.

7. Спонсорство спортсменів-зірок як ідеальний засіб для позиціонування бренду.

8. Спонсорування спортивних інформаційних матеріалів у пресі, програм на телебаченні, телетрансляцій турнірів: спеціалізована цільова аудиторія, фактичне поєднання спонсорства й реклами забезпечують високий рівень їх ефективності.

Отже явища спонсорства (зокрема, в галузі спорту) посідає важливе місце в системі маркетингових комунікацій і сучасний український медіа-простір характеризується наявністю низки специфічних тенденцій у цій галузі.

Е. В. Бережной

Авторская парадигма

метафизического существования

в романе Г. Газданова «Возвращение Будды»

Авторская парадигма метафизического существования реализуется в определенной системе представлений писателя о соотношении «я» как субъекта речи и мироздания, «я» – и смысла человеческой жизни, «я» – и смысла истории, «я» – и природно-предметного мира. Направленность сознания автора на определенные сферы бытия (авторская интенциональность) объективируется в предмете изображения, порождает ценностно-смысловую структуру, понимание которой есть цель интерпретации.

Роман «Возвращение Будды» запечатлел переломный момент эволюции сознания Г. Газданова, в результате которой произошла перестройка художественного мира писателя. По мнению многих исследователей,

в этом произведении был утрачен основной элемент поэтики газдановской прозы 1920–30-х годов – субъективный взгляд повествователя. Наше исследование дает основание предположить, что авторская субъективность в «Возвращении Будды» сохраняется, но реализуется как новая повествовательная стратегия, приобретающая более скрытые формы.

Событийный сюжет «Возвращения Будды» основан на детективной интриге, что создает некоторую иллюзию традиционного психологического письма. Однако сюжетно-композиционное строение романа в целом опровергает это впечатление. Анализ его повествовательной структуры позволяет выделить три сложно соотнесенных уровня. На первом, внешнем, моделируется картина эмпирической реальности; на втором – фиксируется интеллектуальная рефлексия героя; на третьем – воспроизводятся видения и другие иррациональные состояния повествующего субъекта. Эпизоды-видения выступают ядром интенционального сюжета романа. Первое имеет значение кодирующего начала: повествователь переживает столкновения с собственной смертью, падая с обрыва. Второе – заточение в «центральном государстве» – имеет смысл попытки оправдания убийства ради собственной свободы. Третье – во-площение в старую, больную, убиваемую молодым арабом женщину – передает идею смерти – избавление от старческой немощи. Вместе эти эпизоды позволяют автору сфокусировать внимание на многоаспектности истолкования феномена смерти.

В экзистенциальном опыте героя ранних автобиографических романов Газданова запечатлелся шок от бытия-к-смерти. «Возвращение Будды» – произведение, в котором принципиально изменен вектор экзистенциальных переживаний: от смерти-к-бытию. Процесс избавления сознания от болезненного комплекса отчаяния перед лицом смерти эксплицирован в «Возвращении Будды» посредством реализации мотивных комплексов: «смерть – убийство – болезнь» и «жизнь – рождение – любовь». Финал романа, утверждающий идею возвращения к любви, свидетельствует о том, что в середине XX столетия Газданов искал собственный путь воссоединения человека с миром.

О. В. Бондаренко

Элементи семантичного поля «метал»
у метафоричних номінаціях
зірок масової культури і спорту

Вторинні номінації в мові ЗМК – розповсюджене явище. Дедалі більше авторів, пишучи про якусь зірку масової культури або спорту, намагають-

ся дібрати для найменування цих осіб оригінальні стилістичні засоби, зокрема метафори. Часто вторинні номен являють собою перифрази. Деякі метафори належать до семантичного поля «метал», у якому ми виявили три мікрополя, утворені поняттями «золото», «срібло» та «залізо».

Золото з прагматичної точки зору має найвищу оцінку. Розгляньмо такий вторинний номен, як *золотий голос України*, котрий Н.О. Бойченко слушно називає субстантивною перифрастичною одиницею. У ЗМК на сьогодні постійно звучить словосполучення *золотий голос України* – мова йде про Таїсію Повалій. Аналогічна ситуація з *золотим голосом Росії* – Миколою Басковим. Із часом референт зміниться і цими перифрастичними одиницями будуть називати зовсім інших осіб. Сема «цінний» актуалізується в прикметнику «золотий». «*Золота рибка*» *України* – саме на таку метафоричну конструкцію заслужила в одній зі статей Яна Клочкова. Цей номен не пов'язаний із прецедентним текстом казки. Зберігається лише форма словосполучення, яке набуває абсолютно іншого змістового наповнення. Апеляція до дискурсу відбувається на основі метафори *рибка*, через сему «плавання». Введення прикметника *золотий* пов'язане із зазначеною вище його властивістю, а також зі знанням про здобуті спортсменкою золоті медалі. У семантиці прикметника «золотий» у вторинному номені *золотий український піарщик* сема «цінний» поступається компоненту «найкращий». Для розуміння номена необхідні дискурсивні знання про перемогу Руслани на конкурсі «Євробачення».

У мікрополі, яке пов'язане зі сріблом, простежуємо такі номен: *срібний голос України* – Олександр Пономарьов та *срібний голос Росії* – Сергій Пенкін. Мова йде не про другорядність цінності срібла порівняно із золотом і водночас другорядність цих осіб, а про тембр їх голосу, подібність звучання – метафоричне перенесення. У номені *князь Срібний* (Сергій Пенкін) маємо акцент не на коштовності, бо це пряме відсилання до прецедентного тексту.

Вторинні номен, які позначають зірок тих видів спорту, де провідною ознакою є сила, перебувають у мікрополі «залізо», що символізує міцність: *Залізний Майк* – Майк Тайсон, *Залізний Кулак* – Віталій Кличко. У першому випадку епітет *залізний* приєднується до власного імені особи, у другому – у номені використано синекдоху. Епітет *залізний* використовується й тоді, коли мова йде про людину, для найменування якої важливою є сема «сила»: *Залізний Арні* – Арнольд Шварценеггер (епітет приєднується до фамільярного варіанта зменшеного імені).

Таким чином, мікрополе «золото» використовується в номінуванні зірок естради, деколи – спорту. Мікрополе «срібло» характерне лише для естради, бо в спорті срібло співвідноситься не з найкращим результатом. Лексеми мікрополя «залізо» асоціюються зі спортом, актуалізуючи поняття «сила».

О. С. Бригада

Філософські основи комедії

В. Шекспіра «Сон літньої ночі»

і драми-феєрії Л. Українки «Лісова пісня»

У моїй доповіді зроблена спроба знайти спільну філософську основу у комедії В. Шекспіра «Сон літньої ночі» та драмі-феєрії Л. Українки «Лісова пісня». Мене зацікавила ця тема, бо вона малодосліджена у літературознавстві, а тим більш у театрознавстві. Багато дослідників визнають те, що новаторства драматургії Л. Українки формувались під впливом норвезького драматурга Ібсена та німецького драматурга Гауптмана. Один з кращих театрознавців сьогодення Н. Корнієнко, що вивчала це питання також додержується такої точки зору.

Безумовно, вплив західноєвропейських драматургів кінця XIX початку XX століть на творчість поетеси беззаперечний, але маю сміливість стверджувати, що коріння світогляду Л. Українки, що сформувало образність і мову саме «Лісової пісні» глибше, а саме має спільну філософську основу з комедією В. Шекспіра «Сон літньої ночі».

«Лісова пісня» складний драматургічний твір, тому на сьогоднішній день жоден режисер, що ставив цю п'єсу на сцені не торкнувся глибинних основ драми, а прочитували її досить поверхово. Може здатись, що моя доповідь дещо експериментальна, однак я маю думку про те, що ланцюжок, що пов'язує «Лісову пісню» Л. Українки з західноєвропейською драматургією має три кільця, по-перше це Л. Українка і Шекспір, по-друге Л. Українка і Ібсен, і по-третє Л. Українка і Гауптман.

«Лісова пісня» Л. Українки своєю тематикою, стилістикою, усім змістом близька до символістських творів західноєвропейських драматургів початку XX століття. Фольклор, міф, природа, казка, протиставлення природного і людського, музика і поезія, як чарівництво, тема магії мистецтва, спроба створити, а точніше відтворити по-новому міфологію була близька Гауптману, Метерлінку. Найчастіше «Лісову пісню» порівнюють з «Затопленим дзвоном Гауптмана, цікаво, що обидві п'єси за жанром є драмами-феєріями. Досліджуючи ці дві п'єси, такі визначні

літератори, як М. Зеров, В. Петров виявляли філософську, текстологічну і структурну єдність обох творів. У Мавки і у Раутенделяїн однакові шляхи і однакова доля. Вони йдуть до людей, обертаються в жінок, відчувши в собі жіночу душу. Обидві не витримують свого кохання – воно приносить їм біль і страждання. Вони йдуть.

Однак, відштовхнувшись від подібних досліджень, буде розглядатись філософське сприйняття природи і людини у комедії В. Шекспіра «Сон літньої ночі» і у драмі-феєрії Л. Українки «Лісова пісня». У літературознавстві та театрознавстві подібного порівняльного аналізу немає. Аналізуючи ці дві п'єси, приходиш до висновку, що вони мають подібну напівреальну, напівфантастичну атмосферу, близькі одна до одної за настроєм, а також пов'язані спільною ідеєю – чи можливий взаємозв'язок і гармонія між світом природи і особистістю людини?

Високе відношення до природи, до її могутньої сили було притаманне обом поетам-філософам, яких розділяють століття, національні традиції. В. Шекспір, і Л. Українка безумовно символісти – вони створюють у своїх творах особливу ауру, це не просто казковість, містицизм, ними створюється цілий всесвіт, який може існувати лише у душі романтика.

Л. Українка відштовхуючись від глибинного знання та відчуття українського фольклору, а особливо пісні змогла втілити притаманну українській особистості поетичність. В. Шекспір взявши за основу англійські народні казки, в яких домінує особливе відчуття краси та гармонії, за допомогою фольклору втілює романтику і велич природи. Це яскраво і виразно виявляється в його словах: «... Тут для нас не просто земля, / чи Повітря, або Вода / цей звичний ліс – то острів чудес / на якому нам жити завжди...»

Ліс в п'єсі В. Шекспіра – це особливий космос з своїми законами, цей ліс-всесвіт існує у ідеальній сфері природи. В цьому життєдайному світі вистачає місця всім – живу природу уособлюють Оберон і цариця фей Титанія, веселий Пек, ельфи, земний цар Тезей і амазонка Іпполіта, з ними пристрасна молодь – Гермія, Лізандр, Єлена, Деметрій. І ведеться у комедії постійна суперечка між реальністю і сном. Ліс, де відбувається вся дія п'єси, це не умовне уособлення природи, а живий світ, сили чар якого грають долями героїв. Саме в цьому сенсі можна назвати ліс космосом, який підноситься над реальністю.

Античність вбачала можливість знайдення втраченої гармонії через мистецтво, зокрема у музиці. Красу природи визначити неможливо і цим вона споріднена з музикою. Естетика Л. Українки, так само як і В. Шек-

спіра будувалась на основі їх знань античної філософії, фундаментом якої є культ природи. Головною ідеєю п'єси «Лісова пісня» є думка, що ліс живий, він має душу.

Мотиви ж шекспірівської комедії «Сон літньої ночі», подібні до «Лісової пісні», і тут, і там музика звучущого лісу врівноважує всесвіт, так само як лісове царство наповнює душу Лукаша, який несе красу і могутність природи у звуках своєї сопілки. Душа лісу, душа сил природи – це єдиний могутній камертон, який наструює на унісон гармонії всесвіту і людини.

Л. Українка не наслідувала В. Шекспіра. Вона з особливим ліризмом створила картини лісу, голоси природи і людини, які зазвучали повнокровними акордами, так само могутньо, як у В. Шекспіра. Тільки ліс у кожного з них різний. В «Лісовій пісні» Л. Українки ліс звучить трагічно. У В. Шекспіра ліс яскравий, з грайливими ельфами, Пеком, з усміхненими і ніжними квітами – Гірчичкою, Зеленим Горошком, які співають чарівну колискову своїй королеві Титанії. В цьому лісі завжди царює весна, бо весна завжди у душі Титанії. І в цьому лісі ніщо не може скривдити, принизити людину. Лісова цариця наказує ельфам заколисати її, ельфи співають, співає дух лісу: «Комарі, гедзі та мухи,

Згиньте, щезніть, пропадіть,
Їжаки, вужі, ропухи,
Королеве не будіть.
Соловейку на поляні
Щебечі в нічному тумані
Люлі –люлі, люлі, лю...

Сон дозволяє усе, реальність і фантастику, поєднання минулого і сучасного. Світ лісовий і людський романтично сплітається у реальних і фантастичних образах Оберона, Пака, Титанії, ельфів, квітів, траві, у всьому лісі, який розмовляє людською мовою. Навіть Пек підвладний чарам природи, її величному звучанню, мабуть, саме тому, він переплутав якому з юнаків кропити очі. Ця краса, яка відбувається у лісі, як у сні присипає і його пильність і увагу, тому він припускається помилки...

Так само і Мавка Л. Українки розповідає Лукашу про свій зимовий сон, з якого її збудила музика його сопілки. Її сон був позбавлений тривоги, сповнений мріями і фантазією. Її сон кольоровий. Сцена першої зустрічі Лукаша і Мавки нагадує двобій слова і музики. Мавка вражає Лукаша образною, поетичною мовою, Лукаш же зачаровує Мавку грою на сопілці, Мавка малює словесні образи, Лукаш грає на сопілці, його голоси звучать в унісон. Мавка: «Твоя сопілка має кращу мову. Заграй

мені, а я поколишуся». Мавка співає, а Лукаш грає. Мавка: «Як солодко грає, як глибоко крає, розтинає білі груди, серденько виймає». Зустрілись і злились в єдине два голоси – голос гармонії природи та голос музики. Лукаш заслухався її розповіді про зимовий сон.

І снилися мені всі *білі сні...*
Я спала. Дихали так вільно груди.
По білих снах *рожевії гадки*
Легенькі гаптували мережки,
І мрії ткалися золото-блакитні,
спокійні, тихі, не такі, як літні...

І тут яскраво виступає символіка кольору. Спочатку універсальна біла, що є основою всіх кольорів. Далі біле переходить у рожеве, що є злегка торкненим білого кольору червоним, барвою пристрасті, кохання. Ще пізніше з'являються «мрії золото-блакитні» – кольори неба, моря, повітря, сонця, життєдайних начал усього живого. Домінуючим кольором у образі Мавки є зелений – символ життя, плідності.

А чом же в тебе очі не зелені?
Та ні, тепер зелені..., а були,
Як небо сині!...О! тепер вже сиві,
Як ная хмара...ні, здається, чорні,
Чи, може, карі... ти така дивна!

Сварка Оберона і Титанії – лісових короля і королеви стає причиною негараздів у природі, їх суперечки породили дисгармонію у лісі, у природі, у всьому всесвіті. Причиною їх суперечки – є володіння «вродливим, мов зоря хлоп'ям». Кожен з них хоче мати у себе людську красу, щоб наділити її, вдихнути у неї досконалу внутрішню природу. Їх непорозуміння стають причиною страждання людей. Гармонія природи криється у балансуванні відносин між владарями лісу.

Титанія (до Оберона):

«...З кінця весни зійтись ми не могли
В долинах, в горах, в лісі чи у лузі...
Аби танки під вітру свист водити
Так, аби ти нам криком не завадив.
І вітер той, що марно нам свистів,
Розсердився і насмоктав із моря
Задушливих туманів, а вони
Дощами переповнили річки,
І ті свавільно вийшли з берегів.
Відтоді марно тягне плуга віл,

Хліба гниють, не викинувши вусів...
Вже люди ждуть – не діждуться зими,
І вечорами не бринять пісні,
А місяць, владар вод, блідий від гніву,
Зволожує дощами все повітря,
І люд застуда мучить та гостець.
Перемішалися тепло і холод, І пори року....
Весна, і літо, і плідна осінь, і зима сердита
Міняються уборами, збивають
Із пантелику світ, і він не може
Їх розрізнити. І весь цей рій нещасть
Із нашої зродився суперечки.
Ми винні тут, ми їхні батько й мати».

Ми часто говорючи про одну з найкращих п'єс Л. Українки «Лісова пісня», сприймаючи її як звичайну драму, що підіймає проблеми нещасного кохання, часто не помічаючи підтексту, в якому прихована головна ідея всесвітнього конфлікту гармонії та дисгармонії. В основі творчого задуму твору Л. Українка поклала ідею чи можлива гармонія на рівні однієї людини, так і на рівні цілого всесвіту. Образ Мавки став ідеальним уявленням про гармонійність, високу духовність, яка криється у природі та душі людини. Мавка і реальна, і нереально – одночасно, вона реальна, як персонаж п'єси, однак як химерний образ символ – вона вся ніби зіткана природою, вона ідеальна у своїх природничій гармонійності. Лукаш грою на сопілці пробудив у ній «співочу душу», вдихнув у неї вміння кохати, відчувати красу та байдужість. А люди, які заклопотані своїми щоденними суєтними справами, не здатні цього відчувати.

Мавка – символ природи, що через кохання здобула душу. Цей поворот до єдності здійснюється через музику. В коханні та музиці людина наближається до природного. У земному бутті музика у певний момент виявляється не потрібною та зайвою таким примітивним та по-чорному матеріалістичним Матері та Килині. II дія Мати: «А чи не годі вже того грання? Все грай та грай, а ти робото, стій!»... «Йому квітки та співи в голові». III дія. Лукаш (сину): «Ей, хлопче, вже моє грання минулось!.. Хлопчик: «І! То ви-те не хочете! Ну, мамо, чом тато не хочать мені зіграти?» Килина: «Іще чого? Потрібне те грання».

Побутовість Л. Українка змальовує негативно. З погляду Мавки стосунки між людьми дивні і незрозумілі. Зосередженість на здобутті шматка хліба призводить, всупереч старанням, до злиднів, а врешті й до життєвої катастрофи. У Л. Українки відсутній конфлікт між двома людьми, в її творі боротьбу веде два всесвіти – природа та людина. Театрозна-

вещь Н. Корнієнко розглядає Л. Українку як засновницю «нової драми» не тільки на Україні, а й в Росії, і в деяких країнах Західної Європи. Її драма спираючись на народні сюжети та традиції повернула театр до його головних тем – правди людських почуттів та проблем особистості у сфері всесвіту. Н. Корнієнко зазначає: «Леся Українка створює надпопулярну драму, котрій судилось стати в українській літературі самостійним інтелектуальним материком... Драми Лесі Українки... відкрили вертикаль криниці, в якій давні художні формули переосмислювалися новим історичним контекстом, породжуючи й нові художньо-етичні змісти...».

Л. Українка створює свій інакший, аніж шекспірівський, театр, де символіка не в якості сну, а в якості реальності життя, відкриває складну конструкцію – філософія мистецтва тісно переплітається з реальністю. І цей нескінчений коловорот сил природи і людини, так потужно заявивши про себе у комедії В. Шекспіра, у драмі Л. Українки підтверджується тим, що духовність людини, її найвища цінність може виявитись лише, якщо людина несе у собі гармонію природи.

Ліс Л. Українки інакший аніж у В. Шекспіра, хоча місце його в житті людей таке ж значуще. Її ліс гомонить, зашумував струмок, забринів, і в купі з його водами вибіг «Той, що греблі рве» – молодий, дуже білявий, синьоокий, сильний. Одяг його міниться барвами, від каламутно-жовтої, золотистої, як сонце, до ясно блакитної, і поблискує гострими, золотистими іскрами, як небо Волині. «Той, що греблі рве» схожий на Оберона, короля, Духа лісу, знайомого нам з п'єси В. Шекспіра.

У В. Шекспіра лісовий світ більш спокійний і врівноважений, немає тієї трагічності, як у «Лісовій пісні». Тому, навіть, перевтілення Навія у віслюка зовсім не здається трагічним, а сприймається як метаморфоза самої природи. Комедійний, на перший погляд, хід В. Шекспіра, коли королева природи Титанія закохується у віслюка, приховує глибокий зміст – тварина може бути прекрасною, адже вона частина природи. І саме королева природи Титанія це відчуває, бо природна краса підпорядкована не самій собі, а для тих, хто може її оцінити, навіть у віслюку вона вбачає гармонію.

А у «Лісовій пісні» ліс може карати людину. Природа не може терпіти несправедливість. Так Лісовик перетворює Лукаша на вовка, але, навіть, «вовчий голос» Лукаша пробився, як зазначає Мавка «крізь неприступні скелі», «і я збагнула, що забуття не суджено мені». Вовчий голос Лукаша прорвався у потойбічний світ, в який сховав Мавку «Той, що в скалі сидить». Природа цього світу ворожа «... незнаний край, де тихі води, спокійно сплять, як мертві, мовчазні, там стоять над ними

німими свідками подій, що вмерли. Спокійно там: ні дерево не шелестить, не навіває зрадливих мрій...» У цьому світі також присутня музика, але вона не звучить, вона застигла у величчі спокою. Таким чином в «Лісовій пісні» сповнені багатотою і яскравою гамою кольорів, так як і у В. Шекспіра ліс насичений звуками і кольорами.

Образ Перелесника в «Лісовій пісні» допомагає розв'язати тему кохання. Перелесник ввижається у образі летучої зірки. На землі він стає красивим та струнким парубком, дівчата піддаються йому і гинуть. Але Мавка не хоче його кохати і втікає від нього, кажучи Лукашу, що тікала від «такого як сам вогонь». Перелесник, так само як Оберон у В. Шекспіра несе у собі тайну лісу, він є душею лісу, з Обероном завжди пов'язана пристрасть, якою він може наділити.

У В. Шекспіра тема кохання дещо трансформується, У любовному зізнанні Титанії до віслюка звучить мелодія вічної природної ніжності.

Мавка покохала Лукаша, а може не його самого, а його сопілкову пісню, яку співає його душа. Мавка (до Лукаша): *«...тебе за те люблю найбільше, чого ти сам в собі не розумієш, хоча душа твоя про те співає виразно-щиро голосом сопілки»*. А коли Лукаш вперше цілує Мавку, вона скрикує з болем щастя: «Ох!..Зірка в серце впала!».

Природа покірنا музиці. У звуках музики людина і природа зливаються в унісон, знаходячи гармонію всесвіту, ритм вічності. Музика – магічна влада над усім живим. Бо сама природа – має музичні звуки, звучить навколо себе, з природи та інтонації народжується фантастична магія всесвіту, що зветься музикою, гармонією. Давньогрецький філософ Піфагор описав 7 сфер, які торкаючись одна одної звучать. Ми, люди, звичайно не чуємо цього звуку, нам заважає шум планети. У середні віки вважали що звучання цих 7 сфер відтворюють церковні дзвони.

Лукаш у грі своїй сопілці міг відтворювати те звучання 7 сфер, але не цінував свого духовного дару, падає до того, що виголошує: «Пісні! То ще наука невелика.. Щоб наші людські клопоти збагнути, то треба справді вирости не в лісі». Символом його духовної деградації стає огорожа, яку він своїми руками зводить між собою і Мавкою, руйнує той місток, що пролягає між гармонією і хаосом. У п'єсі це ремарка – чути цюкання сокирою, тепер у звук сокири перетворюється пісня сопілки.

Зображений у п'єсі період триває від ранньої весни аж до пізньої осені, з першим снігом. Так само й людське життя представлено як пори року, Лукаш проходить етапи людської житті – парубок, чоловік, згодом батько, а у фіналі вовкулака, безрідний скиталець. У межах дії є і інші події людського життя – смерть дядьки Лева, народження дітей Килини, здається, що

такий показ земного світу людини створює благодатні умови для доброго і світлого прояву людини. Але саме на цьому тлі зароджується розрив людини, її побуту і суєти із вищою силою всесвіту. Тому Мавка й докоряє Лукашеві за те, що він не може *«своїм життям до себе дорівнятись»*.

А комедія В. Шекспіра скоріше стверджує могутність людини, несе ідею необмеженої свободи особистості, яка можлива лише у тісній взаємодії з стихією природи. У шекспірівському творі люди не сковані путами соціальних законів. У п'єсі В. Шекспіра ремісники, що прийшли до лісу, не руйнують атмосферу поезії та краси, а гармонійно вписуються у неї, хоча вони абсолютно реальні і побутові фігури. А Килина і мати Лукаш руйнують гармонію лісу своїм дисгармонійним примітивним мисленням, їм не притаманна навіть невелика частинка ідеальності. Тому замовляє сопілку українського Орфея, який без віри у ідеальність і за відсутності гармонії у власній душі духовно вмирає.

Мавка для Л. Українки – символ природи, що через кохання здобуває душу. Основна тема твору – романтична філософська тема живої одухотвореної природи. Історія про лісову Мавку, що обернулася Психеєю, відтворена крізь призму символістичного міфу про природу. Природа, в свою чергу, перебуваючи в становищі одриву, перемагає цей розлад і повертається до первісної єдності людського і стихійного природного.

В коханні і музиці людина наближається до природного, поринає в стихію, починає жити з природою одним життям. В пісні, в мелосі, в людському пориві кохання, стихійне набуває душу, перетворюється в Психею – людське з'єднується з природним і людина починає розуміти, що природа живе, в природі нема нічого мертвого і німого, а в людському є стихійне.

Т. В. Бугай

Проблема формування здорового способу життя
крізь призму сучасних жіночих журналів

Здоров'я, соціальне самопочуття населення є визначальною ознакою сталого розвитку суспільства, основою життєспроможності держави. Ера мас-медіа і електронної інформації радикально змінює життя людини та її саму. Саме через жіночі журнали, як один із найбільш популярних засобів масової інформації, розрахованих на певну категорію населення – жінку, у суспільстві пропагуються певні ціннісні установки, світогляди, стереотипи та моделі поведінки. Тому доцільно розглядати негативний та позитивний вплив цього виду преси на формування здорового способу життя.

До цієї проблеми неодноразово зверталися такі вчені, як Д. Брайант, О. Вакуленко, О. Журавльова, Н. Леонтьєва, С. Томпсон та інші.

У наукових дослідженнях поняття здоров'я трактується як стан повного фізичного, духовного і соціального благополуччя, а не лише відсутність хвороб чи фізичних вад. Формування здорового способу життя передбачає цілісний погляд на здоров'я як феномен, що інтегрує чотири складові: фізичну, психологічну, соціальну та духовну. Саме такий підхід у тлумаченні здоров'я можна вважати визначальним у сучасних засобах масової інформації.

Відповідно до цього більшість матеріалів на сторінках жіночих видань підпорядковані соціально-психологічній тематиці: висвітленню стосунків чоловіка й жінки, розмаїття характерів, проблем у родині чи на роботі, виховання дітей.

Практично кожне періодичне видання для жінок подає власне розуміння того, як досягти життєвого «ідеалу». Рекомендуються різноманітні дієти, гімнастичні вправи, догляд за шкірою, волоссям. Традиційна стала увага приділяється жіночим хворобам (безпліддю, захворюванням молочних залоз тощо), психологічній реабілітації після розлучення чи насилля тощо.

Висвітлення засобами масової інформації теми здоров'я зводиться до головного: єдиний спосіб зберегти чи покращити свій духовно-фізичний стан – це вчасно звернутися до компетентного спеціаліста або змінити свій спосіб життя.

Серед засобів, які використовуються для збільшення ефективності матеріалів, дослідники особливо виділяють мотив жаху та «засудження жертви». Лякаючий зміст повідомлення є переконливим і відмова від використання жаху може стати відмовою від ефективної стратегії переконання.

Така позиція ЗМІ активно використовувалася у 60-80 роки у США. Медіа всю провину покладають на самих хворих, зображуючи їх як людей, які ведуть нездоровий спосіб життя, не стежать за своїм здоров'ям, не користуються послугами медичних організацій.

К. Вороніна

Варіативність концептуального образу «вода»
в поезії Майка Йогансена

Індивідуальна поетична картина світу – результат віддзеркалення уявою митця як властивої його часові концептуальної моделі світу, так і мовної особистості автора. Інтерпретуючи світ за допомогою художніх

образів, митець укладає поняття та ідеї різного змісту в універсальні за своєю природою концепти.

Поетична картина світу Майка Йогансена привертає увагу оригінальністю художнього світосприйняття. Завдяки розмаїтості асоціацій поета утворюється складна система поетичних значень. Як найбільш варіативний образ, концепт «вода» у збірці Майка Йогансена «Ясен» (1930) реалізується в 72 контекстах і має складну структуру:

1. Узагальнена номінація «вода» традиційно розкриває подвійну природу цієї стихії: динаміка і статика. Динамічна природа води позитивно оцінюється через рух, поступ, негативно – через некерованість, стихійність, істерію. Статична природа є позитивною через спокій, усталеність, негативною – через застій. Лексема «вода» залучається до побудови образу слуховою асоціацією: *«Десь далеко одинокий коник/ Пісню травам і лісам згадав: /Наче гасне дерев'яний дзвоник,/ Наче спить і падає вода»*. Плюсцит води нагадує глухий звук дерев'яного дзвоника.

Пряме значення «вода стоїть у озері» трансформується під впливом відокремлених означень у конкретно-уявний образ: *«...у край землі, де голуба вода/ стоїть у озері, підтикана і боса»*. Традиційно природні води поділяють на верхні й нижні. Верхня, небесна вода виступає в образі хмар: *«водяні вози», «хмара.../ причалила над ліс – і опустила якір»*.

2. Назви водоймищ(океан, море, ріка, озеро тощо). В образі океану актуалізуються семи «безмежність» і «спокій» (*«безмежна брама», «тихоокеан»*). Йогансенівський образ води розбудовується у зв'язку з лексемою «сон». Вода уявляється ліричному героєві певною субстанцією, що перебуває на межі таємничого, ірраціонального, гіпнотичного стану: *«...перо, що ним тепер пишу,/ в сонний затопилося стоян», «ігдразил – морями, хмарами і снами оповитий»*. Водойма може бути вмістилищем не лише води, а й різного роду явищ, абстракцій, як-от ніч, пам'ять: *«Келех ночі налив у плав. Келех ніччю по вінця – мла», «Туман топив в затоках пам'ять»*.

3. Частина водного ландшафту: берег, дно, рінь. Йогансен уявляє життя як рух уздовж вогкого берега: *«Ах, життя моє дороге...Бігти берегом, бігти геть. Бігти холодною вогкою рінню»*. «Берег» у значенні «край» набуває різних смислів. Це і межа міста й лісу (межа двох окремих світів): *«Де ліс переступає береги, міста музичні гуркотять здаля»*; і певна уявна лінія, яка виникає між вечором і ніччю на небі: *«Неба синій і повний китай,/ І де йому берег, не знати, не знати, де йому край, якби не вечір, він знає і дерева у ніч веде спати»*.

У доповіді розглядаємо також відповідні явища природи (наприклад, дощ) та назви дій, пов'язаних із водою (лити, пливти, топити).

Отже, образ води є полісемантичним та естетично значущим у поезії Майка Йогансена. Його поетична картина світу поєднує індивідуальну образність поета та традиційну для українського національного світогляду символіку води.

Д. Гаврюшенко

Соціальне «дно» як коригуючий фактор поведінкової моделі персонажів: зовнішні та внутрішні зміни

Поняття «дно» трактується нами як андерклас, нижчий прошарок нижчого класу. Враховуючи, що в такому ракурсі критиками й літературознавцями твори відповідної тематики не аналізувалися, ми звернулися до мовознавчого та соціологічного тлумачень цього поняття.

Мовознавці виділяють крім власне прямого значення (нижня частина чогось) і соціальний аспект: дно – найважчі умови життя, в які потрапляє найбільш частина суспільства. Останнє зумовлює існування й переносного значення – занурення на «дно» соціуму.

Соціологічні джерела визначають поняття «декласованість», «декласовані елементи», «де соціалізація», що опосередковано характеризують явище соціального «дна». Останнє ми розкриваємо через такі категорії, як «соціальна ієрархія», «соціум», «клас», «верства», «культурні верстви», «маргінальність», «стигматизація», «соціальна стратифікація», «соціальна мобільність» і приходимо до висновку, що декласовані елементи утворюють окремий соціум у загальній структурі суспільства, встановлюючи власні закони соціальної ієрархії: ієрархія жебрацького світу (твори І. Нечуя-Левицького, А. Свидницького, В. Крестовського, М. Твена), злочинних утворень – конокрадів, контрабандистів, фальшивомонетників (твори Б. Грінченка, А. Свидницького, В. Крестовського, О. де Бальзака, Ч. Дікенса). Розглядаючи явище соціального «дна», виділяємо проблему соціальної стратифікації та соціальної мобільності суспільства. Переважає спадна вертикальна мобільність, що пояснюється самим процесом занурення на «дно» (твори І. Нечуя-Левицького, Панаса Мирного, І. Франка, Б. Грінченка, Ф. Достоевського, Л. Толстого, Е. Сю, Т. Драйзера). Представлений і аспект маргінальності (твори І. Нечуя-Левицького, С. Васильченка, В. Крестовського, Ф. Достоевського).

Аналіз творів уможливив виділення у просторі соціального «дна» і протилежних груп: персонажі, аномативна поведінка яких є свідомим порушенням правових норм суспільства (повії, злочинці, грабіжники, злодії, шахраї, контрабандисти, жебраки), і персонажі, позбавлені права вибору,

приречені на виживання іншими (селяни-кріпаки; вільні, проте безправні селяни; бурлаки-заробітчани; безземельні селяни, змушені йти в найми).

Зображуючи сходження представників цих груп на «дно», письменники послуговуються відповідно інтровертним способом психологічного аналізу (потік свідомості, внутрішні монологи, монолог-сповідь, не-власне пряме внутрішнє мовлення) та синтезують інтровертний та екстравертний способи (вчинки, дії, рішення).

Вважаємо, що вивчення запропонованих творів на межі соціології, психології та літературознавства є виправданим і перспективним.

С. А. Губарева

Дискурсивное слово как бы
как показатель творческого мышления

Проведенный анализ функционирования дискурсивного слова (ДС) *как бы* в современном русском языке позволяет отметить, что данная частица употребляется носителями языка в контекстах, демонстрирующих творческую интерпретацию говорящего. Творческое сознание не просто воспроизводит какой-то образ, а создает его, и, создавая, отталкивается от определенной базы других образов, представлений, ощущений, сформированных на основе жизненного опыта субъекта речи. В данном случае формирование мысли может происходить посредством метафоры, функцию предиката которой и выполняет оператор *как бы*. В зависимости от контекста, ДС может не только быть показателем творческого мышления, но и указывать на то, что, по мнению говорящего, данное слово, номинация, значение не полностью характеризуют соответствующую действительность.

ДС *как бы* является показателем особых коммуникативных стратегий и тактик говорящего, таких как:

- возможность выиграть дополнительное время для формирования мысли и создания речевого произведения;
- снятие ответственности с субъекта речи за последствие высказывания;
- отказ от категоричности и обеспечение вероятности вариативной трактовки и т.д.

Среди особенностей функционирования ДС *как бы* были выделены такие, которые тесно связаны с интонацией:

- подчеркивание уверенности говорящего;
- выражение удивления, насмешки, сожаления, надежды на определенный ответ собеседника;
- выполнение сигнальной роли: «обрати внимание» и т.д.

Все вышеперечисленное способствует широкому распространению ДС *как бы* в речи русскоговорящих. Данная тенденция сопровождается использованием последними языковых формул и подражательных конструкций, являющихся причиной появления логических ошибок и нелепостей. Здесь речь идет уже не о проявлении творческого мышления, а о лингвистической некомпетенции.

М. А. Дерид

Представление знаний в Интернете

Одной из задач компьютерной лингвистики является лингвистическое обеспечение экспертных систем.

Экспертные системы – это класс компьютерных программ, которые дают советы, проводят анализ, выполняют классификацию, дают консультации и ставят диагноз. Экспертные системы решают задачи в узкой предметной области на основе дедуктивных рассуждений. Такие системы часто оказываются способными найти решение задач, которые не структурированы и плохо определены, путем представления правил.

Внедрение экспертных лингвистических систем позволит упростить решение многих задач, используя метод упрощения поиска решений во многих областях: медицинской диагностике, машинном переводе, планировании, контроле и управлении, обучении, распознавании зрительных и звуковых образов, диагностике неисправностей в механических и электрических устройствах.

Для решения таких задач используются базы данных, которые позволяют хранить ключевые слова, синонимы, симптомы болезней или наблюдения возможных неполадок в технике. В зависимости от сферы поставленного вопроса выбирается способ решения и вид модели. Для реализации экспертных систем необходимо использовать формальные способы представления знаний. В настоящее время, в интеллектуальных системах используются четыре основных модели знаний:

- продукционные модели;
- семантические сети;
- фреймы;
- формальные логические модели.

Использование таких формальных моделей имеет следующие преимущества по сравнению с интуитивными методами решения задач человеком-экспертом:

- 1) они не имеют предубеждений;
- 2) не делают поспешных выводов;

3) работают систематизировано, рассматривая все детали, часто выбирая наилучшую альтернативу из всех возможных.

Это позволяет принять правильное решение за короткий промежуток времени, рассмотреть все возможные варианты решения проблемы с учетом экономической выгоды.

Перечисленные принципы применены нами для представления знаний в одной узкой области – рефлексотерапии. Проведено сравнение перечисленных методов представления знаний и их сравнительная оценка.

Т. С. Дорошенко

Роман І. Франка «Лель і Полель»

як психоаналітична студія двійництва

Тема нашої роботи пов'язана з дослідженням психологізму роману І. Я. Франка «Лель і Полель» в аспекті вивчення психології близнюків через мотив двійництва. Зокрема, йтиметься про механізми поведінки головних персонажів роману – братів Калиновичів.

Інтерес науковців до феномена близнюків не міг не позначитися на його художньому втіленні. Зреферована література з проблем гемелогії, ставши теоретичним підґрунтям аналізу тексту роману в аспектах розгляду особливостей психології, психопатологічних станів близнюків Калиновичів через з'ясування причин їх появи (генотип – як на їх народження вплинули різниця у віці батьків, стресові стани тощо), допомогла з'ясувати типи їх характерів, внутрішній (біологічний та психологічний) «зв'язок» між ними, патологію одного з братів (прогресуюча її модель), що й призвело до самогубства обох.

Як зазначав І.Я. Франко: «Майже всі мої писання плывуть з особистих імпульсів, ...усі вони ... напоєні ... кров'ю мого серця, моїми особистими враженнями і інтересами, усі вони ... у певній мірі ... є частка моєї біографії».

Аналізуючи поведінкову модель братів, ми виділили екстремальні ситуації з їх життя (сирітство, ув'язнення, кохання до однієї жінки тощо), визначили способи коригування світоуявлень, що дозволило зробити висновок про специфіку цієї моделі як моделі двійництва – нерозділеності. Проілюстрували це на прикладі Начка Калиновича. Його поведінкова модель – це градаційний ланцюг, який виявляє динаміку внутрішнього «я» персонажа: душевна криза > синдром утрати > стрес > фрустрація > депресія > самогубство. Ці спостереження зроблені нами на основі вивчення психологічних типів (за К. Юнгом, Шмішеком, А.Є. Личко,

К. Леонгардом), що зумовило висновок: Начко – високореактивний ідивід, оскільки характеризується інтровертною поведінкою. Фактично він сам себе загнав у замкнене коло, адже звузив сенс свого життя до одного бажання – бути з Регіною за будь-яку ціну, не хотів розуміти, що вибір тут робить Регіна, а комусь із братів необхідно його прийняти. Він не захотів бути щасливим щастям брата. Ситуація абсурдна: замість почути і вислухати одне одного, брати мовчали, приймаючи егоцентризм за вияв гордості.

Так непорозуміння обернулося трагедією, на відміну від першоджерела роману – поеми Ю. Словацького «Лілла Венета», оскільки там кінець є одночасно продовженням, а в романі продовження Владка – його син – не віддзеркалюватиме братньої єдності, бо Калиновичі пішли з життя через егоїзм, порушили заповіт матері, яка, помираючи, благала їх про єдність, порушили головну християнську заповідь – про любов до ближнього (вони ж і були цими найближчими ближніми), про життя як найвищий дар.

Такий напрямок дослідження вважаємо перспективним, оскільки він дозволяє адекватно проаналізувати змістоутворюючі елементи роману.

Я. В. Житін

Структурно-семантичні особливості
макрополя «назви осіб»
в українській військовій термінології

Українська військова термінологія досить вивчена у вітчизняному мовознавстві, але структурно-семантичні особливості макрополя «назви осіб», що становить важливий шар цієї терміносистеми, не були предметом окремого лінгвістичного аналізу, і це зумовлює *актуальність* пропонуваного дослідження. *Мета* статті – виділити складники (мікрополе) макрополя «назви осіб» та описати деякі його смислові особливості. У роботі використано наукові поняття «макрополе» та «мікрополе». Макрополе ми розуміємо як динамічну семантичну групу лексичних одиниць, що мають спільність змісту та функціональну подібність; макрополе творить особливий умовний контекст, подібний до терміносистеми, тло менших семантичних шарів, об'єднаних цим контекстом. Мікрополе – контекстуальний складник певного макрополя та потенційний складник інших макрополів, можливий поза будь-яким контекстом тільки як головна одиниця аналізу.

Аналіз семантичної структури військових термінів дозволив виділити макрополе, об'єднане архісемою «особа», до якого ввійшли мікропо-

ля, утворені на підставі спільності гіперсемічних сем, – «назви військових ступенів (рангів)» (*капітан-лейтенант, майор, молодший сержант, рядовик, сотник*), «назви військових посад» (*батальйонний (курінний, командир куреня(батальйону)), командир артилерійного (гарматного) дивізіону, командир рою (ройовий)*), «назви осіб, що виконують тимчасову роботу/ тимчасово виконують службу» (*вартівник, вахтовий (вахтовик), днювальник*), «назви статусів осіб» (*військовозобов'язаний, військовополонений, дезертир, комбатант (ветеран війни)*), «назви військових професій» (*агент, артилерист, вигадник, гарматник, гранатометник, летун, човенний*). Зауважмо, що мікрополе «назви військових осіб» об'єднує назви очільників кількісних та кількісно-функціональних військових одиниць. Покажімо напрям підрядності в терміні «командир артилерійного дивізіону»: командир чого? – дивізіону; дивізіону якого? – артилерійного. Отже, це мікрополе складається з термінів, що називають особу, об'єкт (приміром, дивізіон, ескадрилья, чота) та можуть називати атрибут особи чи об'єкта: *курінний* – субстантивованний прикметник, що характеризує особу – командира куреня, чи курінного командира, себто термін «курінний» називає особу (командир), об'єкт (курінь) та атрибут (курінний) водночас; *командир артилерійного дивізіону* – термін називає особу, що очолює певний (артилерійний) об'єкт (дивізіон). Ми зауважили, що макрополе як динамічний лексичний контекст, залежний від накинutoї теми (приміром, «авіаційна лексика», «назви осіб» абощо), детермінує всю структурно-семантичну парадигму певного шару лексики. Поза цим умовним контекстом як окремі терміни, ряди, блоки термінів, так і мікрополя можуть компонуватися по-різному, наприклад, термін «матрос» належить до макрополя «військово-морська лексика» тощо. Мікрополе як мікроконтекст можна поділити на менші семантичні групи-контексти (блоки, ряди), що в них кожен компонент має відповідне місце. Такий парадигматичний зв'язок властивий усім мікрополям лексичного макрополя «назви осіб». Головна підстава поділяти лексику на групи за семантикою – наявність спільних сем: що дрібніша семантична група, то більше спільних сем мають її складники; наприклад, семантичний ряд «командир» (*командир, командир рою (ройовий), командир сотні (сотенний), командир куреня (курінний), командир артилерійного дивізіону* тощо) має спільність імпліцитних архісеми «особа», гіперсеми «військова посада» та експліцитної інтегральної семи «командир», гіпосема виражається експліцитно в підрядних компонентах терміносполук (*рій, сотня* тощо).

Висновок. На матеріалі військової лексики та на підставі аналізу семантичних особливостей макрополя «назви осіб» ми довели розгалуженість ієрархічної смислової моделі цього шару військової терміносистеми.

Л. В. Калинина

Слово правда как имя концепта

В русском языке существуют два основных типа употреблений слова **правда**: **правда**-существительное, дающее наименование концепта, и **правда**-предикатное слово, означающее признак «верно», «истинно» по отношению к словам говорящего.

Концепт **правда**, вслед за Ю.С. Степановым, можно кратко определить как «образец поведения, норму, исходящую изнутри человека». В русской культуре слово **правда** неизменно связано со справедливостью и с человеком. Основные значения существительного **правда** сегодня: **правда** как объективная истина и **правда** как внутренний закон.

Семантика существительных, дающих имена концептов (истина, свобода, добро и др.), особая: они не обозначают предметы и настолько абстрактны, что иногда их значения нельзя разграничить, поэтому достаточно сложно дать их полное и точное определение. В самом общем виде можно выделить следующие значения существительного **правда**: 1. соответствие слов действительности; 2. соответствие представлениям о правде конкретно взятого человека, т.е. его восприятию психологически сложной ситуации; 3. правдоподобие; 4. художественная правда, правда искусства; 5. моральная оценка происходящего; 6. справедливость, законность; 7. сакральная правда-истина. Сложность выделения значений и разграничения их связана с континуальностью концепта.

Все употребления современного слова восходят к мифопоэтическому, сакральному значению слова **правда**. Этимологически оно восходит к прилагательному **правъ, прави**, которое с древних времен входило в оппозицию **правый-левый**. Следует отметить, что оценочная семантика прилагательных **правый-левый** связана с культурной традицией, противопоставляющей правую и левую стороны как сакральную, добрую и враждебную, злую. Такое противопоставление, по мнению лингвистов, зародилось еще на довербальном уровне: в Древней Руси люди молились, поворачиваясь направо, обращаясь к солнцу. Эта же ценностная семантика закрепилась проявляет себя в оппозиции **правда-кривда**. Первоначальное мифопоэтическое значение служит внутренней формой для всех современных значений слова **правда**.

І. М. Касьян

Колір у телерекламі

як засіб візуального впливу на споживача

У телевізійному просторі на сьогодні реклама займає майже третину ефірного часу, тому про насиченість рекламною інформацією життя суспільства важко сперечатися. Серед найефективніших типів реклами дослідники виділяють кольорову рекламу. Загалом, на думку фахівців (К. Мозера, Р.І. Мокшанцева, Б.А. Обритель, Є.В. Ромата, Н.В. Серова), зримі образи мають більший вплив на людину, ніж словесні.

Узявши за об'єкт аналізу українську телерекламу, визначимо притаманні їй засоби впливу на споживача за допомогою колористики.

Залежно від апелювання до певного сегменту споживацької аудиторії, розподіленої нами за гендерним і віковим принципами, у телерекламі застосовують різні типи кольорового наповнення. Дослідивши сучасну українську телерекламу, виділимо ряд особливостей, котрі притаманні рекламі, орієнтованій на такі групи реципієнтів: широка аудиторія, чоловіки, жінки, діти.

Реклама, спрямована **на широку аудиторію**, зазвичай користується великим спектром найрізноманітніших методів привернення уваги реципієнтів, вагоме місце серед яких посідає кольорове наповнення рекламного продукту. У колористиці такої реклами можуть зустрічатися як надміру яскраві, штучні кольори («Ременс», «Сибідін», «Samsung»), так і максимально знеяскравлені («Активія», «Данон»), а також чорно-біле зображення («Life», «Nescafe»).

У телевізійній рекламі, розрахованій **на жіночу аудиторію**, колір є одним із найбільш значущих елементів. Використання яскравих кольорів у такій рекламі є одним із виключно дієвих прийомів, оскільки рекламні телероліки ставлять собі за мету створити ілюзію яскравості та неперевершеності самої жінки. У «жіночій» рекламі зустрічаються випадки поєднання чорно-білого та кольорового наповнення з метою зіставлення результату до і після використання рекламованого товару («Palette», «MaxFactor», «Garnier Fructis», «Pantin»).

У рекламі, цільовою **аудиторією якої є чоловіки**, зазвичай використовуються природні кольори. Дуже часто така реклама містить у собі пейзажні зображення гір, моря, снігової лавини, неба тощо. Вона вирізняється своєю візуальною природністю і зазвичай пов'язана з мотивом міцної чоловічої дружби («Біленька», «Nemiroff. На березових бруньках», «Дніпро», «Оболонь»).

Реклама, **розрахована на дитячу аудиторію**, відрізняється своєю багатобарвністю, насиченістю, яскравістю, штучністю кольорів. Така реклама часто анімована, з мальованими персонажами. Загалом, рекламна продукція для дітей містить багато червоного, рожевого, світло-зеленого, жовтого, блакитного кольорів («Растішка», «Чудо», «Нестле», «Барбі»), оскільки для дітей кольорові зображення є зрозумілішими за вербальний текст, швидше та повніше сприймаючись та засвоюючись.

Отже, реклама, спрямована на різні категорії споживачів, хоча й має спільні риси колористики (наприклад, насиченість максимально яскравими штучними кольорами), але тяжіє до вибіркового використання різних прийомів колористики з огляду на особливості гендерної та вікової психології обраних сегментів споживачької аудиторії.

Т. П. Кизима

Мовний образ часу в поезії Оксани Забужко

Дослідники відзначають, що широка амплітуда мовних засобів поезії О. Забужко формує лише їй притаманну стилістику, твори насичені автобіографізмом і мають відчутний філософський струмінь. Але на сьогодні немає системного дослідження мовної образності її поезій. Розгляд наскрізних образів збірки вибраних творів поетеси «Друга спроба» (К., 2005) демонструє домінування художніх засобів на означення абстрактних понять, серед яких помітне місце посідає образ часу.

Серед розмаїття тропів, побудованих з використанням часоназв, домінують метафори. В аналізованій поезії спостерігаємо антропоморфізацію часу, напр.: *«Епоху змінює епоха, до кості тручи мозолі»* (с. 111), *«Хворе століття до шпиталю везуть»* (с. 58), *«Осінь тасувала нам усі літа»* (с. 42), *«Століття конає»* (с. 125), *«Юність природною смертю сконала»* (с. 65). Образ зими в метафорі *«Свят-вечір, як вузол, розв'яже зима»* (с. 36) має семантику звільнення від будь-яких обмежень і є архетипним. Він постав унаслідок трансформації східнослов'янського фольклорного мотиву весняного відмикання зими ключами. Розв'язаний вузол – воля, спасіння, вирішення питання. Як показує дослідження, антропоморфні метафори значно переважають.

Одиничними образами представлені ботаноморфні метафори часу: *«Прибува річних кілець на пнях мого саду»* (с. 257) та ін.

О. Забужко звертається до позаперсонного уподібнення «час – поїзд»: *«Час вгорі стугонить, як у темі електричка по насипу», «А дні налітають, а дні стугонять, як вокзал»* (с. 34). Авторка оновлює загальномовну метафору «час – дорога»: *«Час – скручений-в-безвість-маршрут»*

(с. 156), «В пилюзі століть» (с. 38), «Захопили стометрівку кав'ярень, вітрин і кіно» (с. 65).

О. Забужко створює метафоричну паралель «час – місце»: «Люди в осінь підуть» (с. 23), «Літаки приземляються в осінь» (с. 23), «Чи лишилися б ми у будинках і днях» (с. 80). Час у поезії має конкретні межі, що знаходить вияв у перенесенні «час – приміщення», напр.: «коридори часу» (с. 240), «замуровано вихід в «учора» і «завтра» (с. 117). Метафори «Час-усього лиш повторений простір» (с. 183), «Час – це крововилив у межі простору» (с. 131) засвідчують синкретизм сприйняття часопростору. У мові поезій О. Забужко виникає паралель «час – беззмістовність»: «На своєму майбутнім надгробку заповнити чимось тире, що, як прочерк, з'єднає дві дати» (с. 191), «Добіжиш до кінця не заповнених мною днів» (с. 183), «Ніщота моїх нидом звакованих днів» (с. 218), «Образ, проскнілих марно, днів» (с. 202).

Метафоричні образи часу в поезії О. Забужко різноманітні й багатопланові, оскільки в них передається осмислення минулого і сучасного як у глобальному, вселюдському масштабі, так і в житті окремої людини. Виразно простежується індивідуально-авторський струмінь не тільки у створенні нових метафор, а й в осмисленні традиційних.

Г. С. Ковжога

Есхатологія в оформленні видань

Срібного століття у Росії

(за матеріалами символістських журналів-маніфестів)

Метою роботи стало дослідження образу смерті у елементах художнього оформлення видань Срібного століття у Росії за матеріалами символістських журналів маніфестів. Есхатологія у нашому розумінні є категорією універсальною, що поєднує різноманітні варіації концепту смерті – від індивідуальної до абсолютної, кінцевої долі всього світу.

Початок ХХ ст. (досліджується період з 1898 по 1918 рр.) характеризується загальним інтересом до есхатологічної проблематики, що доводять численні звернення до цієї теми у творах російських філософів, літераторів, художників. Особливої уваги ці апокаліптичні передчуття набули в естетико-філософській системі символізму. Передовсім вони знайшли відображення на сторінках журналів-маніфестів («Мир искусства», «Весь», «Золотое руно» та інші). Під цим кутом зору проаналізовано матеріали семи журналів та одного літературного альманаху.

Робота торкається проблем появи й існування і статусу журналу-маніфесту у структурі російської журналістики та взаємовпливу літературно-

філософських видань Європи і Російської імперії. Художнє оформлення від обкладинки до найменшої віньетки містило у собі змісту не менше, ніж текстове наповнення журналу. Повернення до розуміння важливої ролі художнього оформлення, позбавить сучасну видавничу справу від несмаку.

До роботи над художнім оформленням символістських журналів-маніфестів були залучені видатні живописці Росії свого часу (Бакст Л., Волошин М., Сапунов М., Сомов К. та багато інших), дрібна графіка яких практично не досліджувалася і збереглась лише дивом на сторінках періодичних видань. Збереження і дослідження творчої спадщини російських митців цього періоду лежить в основі актуальності цієї роботи.

Робота ґрунтується на наукових дослідженнях російської журналістики (Бялік Б., Махоніна С. та інші), мемуарах, зокрема Бенуа А., філософських роботах, дослідженнях естетики символіки смерті (Харт Ниббриг К.Л., Хьюїзінга Й. та інших), а також на практичному матеріалі (ілюстраціях).

Зображення смерті реалізується у неперсоніфікованому символі чи алегорії, або у вигляді міфічного персонажу із атрибутикою Хроноса грецького бога часу, що його задіяно у канонічних сюжетах есхатології. ХХ століття ще на самому початку додало до цієї структури нові атрибути і сюжети, а також збільшило кількість натуралістичних зображень смерті (посмертні маски та ін.)

У майбутньому планується розширити роботу дослідженням семіотики оформлення видань пізнішого періоду та прослідкувати за генезисом образу смерті.

Е. Н. Колесникова

Особенности литературного портрета
в прозе Л.И.Добычина
(на материале романа «Город Эн»)

Одной из особенностей портретных характеристик в литературе ХХ века становится переход от развернутых, характерологических описаний к экспрессии отдельных деталей, фиксация душевных состояний, связанных с конкретной, единичной ситуацией.

В прозе Л. Добычина эта тенденция доведена, пожалуй, до предела возможного. Портрет предельно редуцирован. Писатель показывает картину убывания, схождения на нет русской жизни: «антологическое оскуднение» (термин Б. Парамонова), духовное запустение характеризуют современное состояние человека. Поэтому и портреты персонажей представлены как изначально обезличенные, усредненные, стандартизованные.

Множественность и разнообразие действующих лиц романа, мелькающих на фоне развернутой картины провинциальной жизни, обуславливают необходимость таких портретов, которые бы делали персонажей узнаваемыми, но в то же время не загромождали повествование.

Специфика портретных описаний в романе «Город Эн» определяется тем, что они даны в восприятии героя-рассказчика, чье видение претерпевает определенную эволюцию.

К особенностям портрета у Л. Добычина можно отнести предпочтительное использование эстетического потенциала лексики, относящейся к одежде, прическе, цвету; высокую частотность субъективно-оценочной лексики при минимальном использовании собственно тропеических средств; соотносённость с действием, что создает эффект дополненности данной информации и усиливает либо статичность, либо динамичность портрета.

В романе преобладают статичные портреты, при этом сходным образом изображаются «живые» люди и так называемые «картинки». Изменение портретной характеристики чаще всего передает деградацию описываемого лица (Софи Самоквасова).

Особое место занимают портретные описания сокращенных персонажей, которые отражают идеальные устремления юного героя (Натали/Богородица, Вася/Ангел).

Перечисленные особенности портретных описаний в романе Л. Добычина являются закономерной составляющей индивидуально-авторской системы писателя. Портрет подчиняется идейно-эстетической целеустановке автора, его концепции мира и человека.

О. С. Кузнецова

Засоби створення комічного в поезії для дітей

Освоєння дитиною навколишнього світу – достатньо складний процес, який не можливий без оптимізму, віри в людей, а сміх, гумор, що наповнюють художній твір для дітей, з одного боку, допомагають створенню критичної дистанції між художньою реальністю і дійсним читачем, а з іншого – полегшують сприйняття, роблять оцінки доступними для дитини.

Дослідити засоби комічного в літературі для дітей – значить з'ясувати, як за допомогою мови ставляться і вирішуються виховні і освітні завдання. Психолог А. Лук відзначає, що значна роль у вихованні належить саме гумору.

Однією з функцій почуття гумору є забезпечення задовільного самопочуття у зовсім не задовільних ситуаціях.

Актуальність обраної теми дослідження зумовлена тим, що проблема засобів комічного на естетико-стилістичному рівні жанру «поезія для дітей» достатньо не розроблена.

Мета дослідження – визначення засобів комічного у поетичних творах для дітей П. Воронька, М. Вінграновського.

У результаті аналізу виявлено, що автори використовують відомі в художній творчості засоби комічного з особливою стилістичною метою:

1) мовний комізм, зокрема активне вживання демінутивних форм, що, з одного боку, відповідає мовленнєвому розвитку дитини раннього віку, а з іншого, – розвиває розкутість у поводженні, безпосередність у сприйнятті навколишнього світу: У ластівки – ластовенятко./ шовковиці – шовковенятко./ В гаю у стежки – стеженятко./ У хмари в небі – хмаренятко. / В зорі над садом – зоренятко: / Вже народилися. (М.Вінграновський);

2) ситуаційний (змістовий) комізм, заснований на відтворенні обмеженого досвіду дитини і наївного світосприйняття: Я пошила на святки / Нашій киці чобітки./ Шапочку наділа,/ Тільки не зуміла/ Трусики надіти – / Хвостик ніде діти;

Ми ліпили сніжну бабку,/ Поки вечір наступив./ А вночі високу шапку/ Й вуса іній наліпив. (...) Вмить зібравсь Омельків рід:/ – Справді, з баби вийшов дід! (П. Воронько)

В. С. Кучіна

Варіантне використання споріднених прислівників
та прикметників в англійській мові

Темою даної роботи є «Варіантне використання споріднених прислівників та прикметників в англійській мові». Це питання було розглянуто багатьма лінгвістами, але все ж таки ще залишаються важкі та неоднозначні моменти у цьому аспекті англійської граматики. Це свідчить про те, що ця тема важка та потребує подальшого вивчення.

Багата кількість прислівників формується від прикметників за допомогою суффіксу -ly-. Але деякі прислівники мають таку ж форму, як і відповідний прикметник. Інші прислівники мають дві форми: форму прикметника та форму з суффіксу -ly-. У більшості випадків дві форми відрізняються за значенням. Дуже часто можуть виникати проблеми у вірному використанні тієї чи іншої форми. Наприклад: *late* – «пізно»,

lately – «недавно», «нещодавно», *near* – «близько», *nearly* – «близько», «майже», *nearly a year ago* – «майже рік тому».

Також існує група прислівників, форма яких без суффіксу *-ly* зустрічається у фразеологічних зворотах та усталених виразах, де відбувається деякі зміни у значенні. *Go slow, take it easy, stand firm*.

Тому такі види споріднених прислівників, які мають дві форми: форму прикметника та форму з суффіксу *-ly* мають для нас особливий інтерес.

Мета роботи – дослідити проблему споріднених прислівників та висвітлити труднощі у їх використанні.

В роботі вирішуються такі задачі як класифікація прислівників за їх значенням для того, щоб легше було визначити, де той чи інший прислівник вживати, а також вибір тестової форми для перевірки рівня знань у тому аспекті граматики, який ми досліджуємо, та аналіз результатів тестів.

Детально досліджена проблема використання споріднених прислівників за допомогою тестів, питання вибору вірної форми тестів для перевірки рівня знань по темі. Серед існуючих видів тестів обрано методи «gap-filling» та «multiple choice». Обрано саме ці методи, тому що вживається саме письмова форма тестування для перевірки саме граматичних навичок. Такі методи дозволяють швидко перевірити результати та легко їх підрахувати. Розробка таких тестів не займає багато часу, а результати наочні. Більш того, наше дослідження має деякі особливості, які краще перевіряти саме такими методами. В подальшій роботі планується використати розроблену систему тестів в системі автоматичного контролю знань.

Тести по темі – двох рівней. Перший рівень тестів містить прислівники, які мають різницю у значенні, другий рівень складається з прислівників, вживання яких може відрізнятися в залежності від дієслів, з якими вони використовуються та граматичних конструкцій, в яких вони подаються.

Результати тестування показали, що тема споріднених прислівників важка для опитаних. Це свідчить про те, що цей аспект граматики потребує подальшого вивчення.

I. О. Либа

The Peculiarities of Translating the Words 'компанія' and 'фірма' into English and Using Abbreviations for British and American Business Companies in English Business Correspondence

There can appear some difficulties in choosing the appropriate English equivalents to the Ukrainian words 'компанія' and 'фірма' when writing

business letters in English. Here the following synonymic row can be considered: company, firm, business and house. 'Company' is a business organization that produces and sells goods or provides services in order to make a profit, e.g. *an insurance company, an oil company*. 'Firm' is a company, especially one that provides services (financial or legal) rather than producing goods, e.g. *an electronics firm, an advertising firm, a law firm, a building firm*. 'Business' is a company that sells or produces goods or provides services, especially one that employs only a small number of people or only one person, e.g. *a small family business*. 'House' is a company, especially one involved in a particular area of business, e.g. *a publishing house, a small independent software house, an auction house, a fashion house*.

There are several types of big companies: multinational companies (very large companies that have offices or factories in many different countries), corporations (large companies that employ a lot of people, especially ones that include several smaller companies) and conglomerates (very large business organizations that consist of several different companies which have joined together). Subsidiaries and affiliates are companies that are owned by larger companies.

There is also a special name for companies that sell their goods and services on the Internet. They are called dotcoms in English (the Ukrainian equivalent is 'Інтернет-компанії'). Small companies that have just been started, often those concerned with computing or the Internet, are called start-ups (the Ukrainian 'нові фірми').

The following abbreviations for business companies are used in English correspondence:

- *Ltd* for 'Limited' (British English) or *Inc.* for 'Incorporated' (American English) – legally established companies whose owners are legally responsible for only a limited amount of money if the companies get into debt, e.g. *Stevenson Securities Ltd, Syquest Technology Inc.*;

- *Co.* for 'Company', e.g. *Imperial Life Assurance Co. of Canada*;

- *Corp.* for 'Corporation' is used after the name of a large company, especially in the US, e.g. *Federal Express Corp.*;

- *PLC* (also *plc*) for 'Public Limited Company' (British English) – a type of British company, usually large, that issues shares to the public, and allows the public to examine its accounts, e.g. *Marks & Spencer plc*;

- *Pty.* for 'Proprietary' – the abbreviation used in Australia, New Zealand, and South Africa after the name of a business company, e.g. *Australian Wine Growers Pty.*

В. А. Лукашова
Дослідження теоретичних основ
та практичного досвіду
інформаційної підтримки бренду

Емпірична база – діяльність української компанії «Сири Бурлука» з підтримки одноіменного бренду (розглядаються такі елементи діяльності, як корпоративний сайт, статті у друкованій пресі та висвітлення заходів у місцевих новинах, найбільш значущі заходи для інформаційної підтримки бренду, що проходили протягом 2004–2005 років).

Традиційно брендінг як процес створення, розвитку та підтримки бренду розглядався як одна зі складових маркетингу. Зараз вже існує багато праць, присвячених саме проблемі брендінгу (М.О. Макашев «Бренд», Дж. Ренделл «Брендінг: стислий курс»), з'явилися роботи, у яких досліджується певний компонент брендінгу – неймінг (В. Перція «29 способів ім'ястворення»; К. Бурдей, О. Дембо «Як вибрати «правильне ім'я» для свого бренду»; В. Кульпинов «Імітування діяльності: як вберегти своє ім'я від «паразитів»), створення упаковки (В. Тарасов «Упаковка для бренду»). Але праць, присвячених саме інформаційній підтримці бренду ми не знайшли.

О. Годін під поняттям бренд розуміє «назву, термін, знак, символ або дизайн, а також їх комбінації, які призначені для розрізнення їх від товарів або послуг одного продавця (або групи продавців) та для розрізнення їх від товарів або послуг конкурентів».

Компоненти бренду ? ім'я бренду, упаковка товару, візуальний образ, дескриптор, персонажі-символи бренду, кольорове оформлення, музика, голос, природні комунікатори, мета або місія бренду, ідентичність, цінність та переваги, що пропонуються споживачеві.

Для традиційної підтримки бренду використовується реклама, паблік рілейшнз, спонсорство, підтримка в Інтернеті. Існують і креативні засоби інформаційної підтримки. Наприклад, у бренду «Сири Бурлука» – це «сирні будиночки», розташовані по всьому місті, де продається виключно продукція торгової марки «Сири Бурлука»; рецепти та цікава інформація від «Сирів Бурлука» у газеті «Время»; акція «Пізнай себе»; ярмарок «Сирні гуляння»; організація (разом із Харківською обласною федерацією тенісу) та спонсорство міжнародного юнацького турніру з тенісу.

Підтримка бренду «Сири Бурлука» розрахована на людей різного віку, соціального стану, професійної діяльності, які є потенційними споживачами даного товару. Інформаційна підтримка охоплює рекламу, PR-

діяльність, спонсорство, різноманітні акції та підтримку в Інтернеті. Бренд «Сири Бурлука» використовує як традиційні, так і креативні способи інформаційної підтримки. Останні набагато дієвіші за традиційні, оскільки привертають увагу потенційних споживачів, не набридають своєю банальністю та шокують своєю унікальністю. Завдяки ним у споживачів формується певний образ бренду. Якщо інформаційна підтримка була зроблена правильно, то цей образ буде таким, якого намагалися добитися бренд-менеджери.

Г. С. Меленцова

Звук [ґ]

та коректність / некоректність його реалізації

На відміну від споріднених мов, українська має окремі звуки [ґ] та [г]. Проте вживання літери на письмі й, відповідно, [ґ] у вимові не є послідовним і сьогодні, тому, гадаю, тема «Звук [ґ] і коректність/некоректність його реалізації» є актуальною на сьогодні.

Ніколи тих двох звуків не плутають у західноєвропейських мовах, не вживають одного замість другого. В українській мові редукція трапляється і в чужих прізвищах під впливом народної вимови: Grigory, Gonchar (насправді – Нгуґоґу і Нончаґ). Прізвище *Гор* у нас пишуть і вимовляють [Гор], а англійською слово *whore* [h:or] означає жінку з невисокими моральними якостями. Відомий поет Юрій Клен писав своє справжнє прізвище, живучи в Україні, – *Бургард(т)*. Лише його син поновив первісне написання *Бургардт*. Отже, завдяки збереженню ґ, уникаємо деформування первісного омоніма чи прізвища. У загальних назвах [ґ] чути навіть в іншомовних словах: ек[ґ]зема, ек[ґ]зотика та ін. А вже при відтворенні звучання чужого слова чи вислову без ґ ніяк не обійтися. Наприклад, як написати good gu кирилицею? Ясна річ, не *гуд гай*. Інакше у сприйманні мовця буде *гуд* від *гудіти*, а *гай* викликатиме уподібнення до *діброви*. Літера ґ потрібна також для відтворення вимови деяких звуків у суто українських словах: *аяк[ґ]же* та ін. Якщо говорити про використання ґ в українському мовному ареалі, то можна побачити, що й в українських говірках ця фонема використовується вже давно (напр., *фурдигити* – *крутити*, *хля'га* – *негода*, *газда* – *хазяїн* тощо).

Нині правило вживання ґ сформульоване не зовсім досконало. Як зазначає В.Німчук: «У зв'язку з цим правило треба доповнити вказівкою, що буква ґ вживається в усіх українських прізвищах, у тому числі не співвідносних з апелятивами (напр., *ґжицький*, *ґерус*), і топонімах (напр., *ґоргани*, *ґаничі*). До цього треба додати, що з ґ пишуться відповідні

діалектні слова, які потрапляють у писемні тексти, в тому числі літературно-художні (напр., *легінь*, *гавра* – печера)».

О. Пономарів вважає, що «уживати звук [г] в словах іншомовного походження треба не де кому заманеться, а лише там, де для цього є підстави... Бо дуже смішно слухати від досить відомих і шанованих людей «перли» на кшталт нігілізм (nihil), Йоганн (Johann), Гавел (Havel). Гадаючи, що в кожному запозиченому слові треба вимовляти [г], вони уподібнюються одному оперетковому геросві, котрий був упевнений, що досить до будь-якого слова додати -ус, як воно набуде латинського звучання: бабус, лопатус, панус».

На допомогу користувачам української мови в зразках відмінювання необхідно подавати й іменники з основою на г. Мною було проведене анкетування серед студентів-філологів. Завдання просте – провідміняти такі слова: хуга *Gaaga*, *дзига*. Відмінювали всі однотипно (в Д. в.): *хузі*, *Gaazi*, *дзизі* (замість потрібних форм: *худзі*, *Gaadzі*, *дзидзі*).

Врахувавши відомі праці та провівши власне дослідження, приходжу до висновку, що треба писати г в тих словах, які запропоновані в укладеному мною словнику (майже 2900). Більшість серед українців мають певні труднощі з використанням [г], але їх можна подолати.

Н. В. Нагорна

Альтернативна реклама
як постмодерністське явище

Поява та розвиток реклами припадає на період виникнення та становлення такого явища та способу мислення, як постмодернізм. Виникнення постмодернізму в посттоталітарних державах пов'язане передусім зі змінами політичного устрою і формуванням демократії. Постмодерністське світовідчуття відбилось у кіно та літературі, музиці та малярстві, моді та науці, економіці та політиці, і не могло не зачіпити рекламу. Традиційна, звичайна реклама вже не мала того впливу на населення, який був під час її появи. Ця причина стала головним поштовхом до появи нової реклами нового типу – альтернативної реклами. Альтернативна реклама покликана знайти нові способи, засоби та методи привертання уваги аудиторії. Альтернативна реклама сьогодні є однією з небагатьох можливостей для рекламіста проявити свою креативність, і тому привертає увагу не тільки як нове явище, важливий перехідний етап у рекламі, але і як важливий засіб для креативщика проявити повністю свій творчий потенціал. Альтернативна реклама не має можливості потрап-

ляти на телевізійні екрани та отримати статус офіційної. Вона, як типове постмодерністське явище, не знає обмежень та виходить за рамки загальноприйнятого, тому шукає інші способи розповсюдження. Такими способами стають постмодерністський за своєю суттю інтернет та фестивалі реклами і рекламної пародії.

Реклама, і особливо альтернативна реклама, набуває всіх основних ознак постмодернізму. Рекламні висловлювання неточні та схильні до двозначності. Рекламні твори підкреслено фрагментарні. Ця постмодерністська ознака виявилася в альтернативній рекламі яскравіше, ніж у, наприклад, літературних творах, за рахунок використання не тільки текстових, а й аудіо та візуальних можливостей рекламного тексту.

Автор займається деконструкцією, колажує, монтажує, використовує єдиний чи подрібнений текст та картинку. Альтернативна реклама іронічна, що підвищує її багатозначність. У альтернативній рекламі присутні авторські маски. Рекламі характерні інтертекстуальність та кодованість, мозаїчність, ацентризм, деконструкція. Рекламні жанри гібридизують, сама реклама карнавалізується. Кожен споживач альтернативної реклами бере участь у творенні інтерпретацій реклами.

У постмодерністській рекламі поняття «гри» розглядається як різновид фізичної та інтелектуальної діяльності, яка позбавлена прямої практичної цілеспрямованості, яка пропонує індивіду можливість самореалізації та виходить за межі його актуальних соціальних ролей. Але гра в постмодерністській альтернативній рекламі є не стільки деконструктивним елементом, скільки стиле- та формотворчим.

Постмодерністські ознаки реклами можна вважати ознакою її креативності, розуміння автором сучасних тенденцій у медійному просторі та чинником пошуку нових важелів впливу на свідомість реципієнтів.

О. В. Нехода

Проблематика критичних оглядів О.О. Блока
в журналі «Золоте руно»

Проза і нині залишається найменш дослідженою частиною творчого спадку Олександра Блока (а це переважно статті та рецензії для газет та журналів). Вся критична діяльність поета була тісно пов'язана із його життєвими, творчими пошуками. Статті О. Блока, за окремими винятками, – ліричні, в яких більше авторської інтуїції, ніж аналізу. Дослідники відзначали: «Блок не вещает, не поучает, а доверительно разговаривает с глазу на глаз со своим читателем... К читателю-слушателю он выходит не как ритор

и маэстро, с готовыми сентенциями, а как равный, как собеседник. И поэтому Блок чутко прислушивается к голосу своего собеседника».

На відміну від теоретиків символізму – А. Білого, В. Брюсова, В'яч. Іванова, О. Блок ніколи не виступав від імені певної течії чи журнального угруповання. У його листах неодноразово зустрічаються різко негативні відгуки про журнали, з якими він співпрацює. Як критик, він займав свою цілком особливу, незалежну позицію, говорив, за власними словами, «тільки за себе».

Своєрідність критичного таланту Блока яскраво виявилась у статтях, які він писав спеціально для журналу «Золоте руно». Журнал вийшов у світ у 1906 і став другим, після «Терезів» (рос. – «Весы»), московським виданням, присвяченим проблемам символізму. Тоді це був найдорожчий і найрозкішніший російський журнал, прекрасно ілюстрований і надрукований на чудовому папері. Журнал виходив накладом приблизно в 950 екземплярів і поширювався серед інтелігенції двох столиць – Москви та Санкт-Петербургу.

Прихід О. Блока-критика в «Золоте руно» був його першою спробою взяти участь у редакційній роботі журналу і використовувати його сторінки для виразу своїх думок про літературу та сучасність. Саме в «Золотому руні» він вперше виступив із новим для себе жанром критичної прози – критичним оглядом.

Огляди Олександра Блока в журналі – оригінальні, яскраві і малодосліджені «явища» його прозового спадку. І хоча вони, безумовно, додавали певної солідності журналу, тим не менш, не завжди співвідносились із загальною редакційною політикою, часто протиставляли його іншим символістам. У «Терезах» критичні проби Блока були сприйняті з іронією та роздратуванням, до того ж їх поява у «Золотому руні» однозначно розцінювалась як «завербованість» поета ворожою літературною корпорацією. Безсумнівно одне – Блоку-критику в журналі була надана повна свобода для висловлювання своїх поглядів. А багато в чому саме завдяки цим критичним оглядам ім'я Блока не сходило зі сторінок журналів та газет, привертаючи до себе загальну увагу, та знаходилося в центрі гарячих суперечок, дискусій і полемічних сутичок. Вони стали знаменним явищем літературного життя цього періоду.

О. В. Онацька

Фразеологічний словник діалектного індивідуума

До феномену мовленнєвої особистості східнослов'янської лінгвістики звертаються з початку ХХ століття. Зокрема ще академік Л. Щерба ак-

центрував увагу на необхідності вивчення мови через безпосереднє дослідження «живого джерела», тобто мовлення особистості.

Інтерес до індивідуального мовлення простежується і на сучасному етапі розвитку лінгвістики. Сучасна тенденція полягає у проникненні «за мову», у вивченні не стільки мови, скільки людини – мовця. Так, у діалектології ведуться спостереження за мовленнєвою діяльністю окремих осіб. Але специфіка індивідуального мовлення достатньо на сьогодні не вивчена. Цієї теми торкалися: у російській лінгвістиці – В. Лютикова, В. Тимофєєв; в українській – Л. Фроляк.

На позначення індивідуального мовлення діалектоносія пропонуємо поняття (термін) «ідіолект».

Для дослідження беремо усне мовлення, оскільки тільки у ньому може бути представлений майже абсолютний особистісний тип спілкування. Аналізуємо лексико-фразеологічний пласт, бо він найбільш ідеалізований і певною мірою репрезентує інші мовні рівні (фонетику, семантику, синтаксис).

Фразеологічну одиницю ми розглядаємо в широкому значенні, залучаючи і прислів'я та приказки.

Діалект та ідіодіалект співвідносяться як макро- й мікросистеми, для останньої характерна вибіркковість, різна частотність використання матеріалу індивідом. Для визначення індивідуальних особливостей мовлення паралельно вивчаємо зовнішнє мовленнєве середовище інформатора.

Для дослідження ми обрали типового носія цілісної центрально-слобожанської говірки. Мовлення індивіда становить складний конгломерат, у якому поєднані елементи різноманітних систем: загальнонародна, літературна, діалект, говір, говірка, індивідуальна практика. Відповідно виділяємо фразеологію:

- 1) загальнонародну: *відки'нути ла'пт'і* – «померти»;
- 2) літературномовну: *як опе'чений* – «зі стрімкими, метушливими рухами»;
- 3) діалектну (південно-східну): *д'іло'ў ку'ча* – «про незначну справу»;
- 4) говору: *на пожа'рника здава'ти* – «довго й багато спати»;
- 5) говірки: *уку'сно, як проско'ра* – «несмачно»;
- 6) індивідуальну: *як чуйва'ха* – «брудний».

Зібрані матеріали, сподіваємося, деяким чином заповнять прогалину в дослідженні діалектних фразеологічних систем, допоможуть досягнути реальне функціонування натурального мовлення.

Ю. О. Орда
Культурна проблематика
на сторінках сучасного модного журналу
«L'officiel-Україна»

Культура не може відокремлюватися від тих форм, способів і засобів, за допомогою яких відбувається процес акумуляції культурного досвіду, що передбачає надійне його збереження і поширення. На сучасному етапі вчені активно послуговуються поняттям «культурно-комунікаційна система», головна роль у якій відводиться ЗМІ, що від фіксації і трансляції класичних зразків культури перейшли до творення власної зображальної мови і набули статусу мистецтва (особливо це стосується глянсових журналів).

Така ситуація спонукає до теоретичного осмислення взаємозв'язку культури і масової комунікації. Особливості культурної проблематики у спеціалізованих глянсових виданнях – недостатньо вивчена тема серед досліджень елітарного журнального сегмента.

Жіноча преса і феномен глянсового журналу уже стали об'єктом дослідження таких учених, як Л. Волинець, А. Волобуєва, М. Землянова, С. Луцька, Н. Сидоренко, О. Сушкова, Р. Федосєєва та інші. До основних ознак сучасної глянсової преси науковці відносять великий обсяг видання, високу якість поліграфії, насиченість ілюстративним матеріалом, значний відсоток реклами, формування власного стилю, високу ціну тощо.

Одним із таких видань є «L'officiel-Україна» – вузькоспеціалізований журнал, що розрахований, швидше, на професіоналів у сфері моди, ніж на масового читача. За його концепцією 50% від загального обсягу займає інформація про моду, а 10% – матеріали про кінематограф та анонси виставок сучасного мистецтва.

Головна увага на сторінках «L'officiel-Україна» приділяється висвітленню вітчизняних fashion- проектів, зокрема «Сезонів моди». Ця акція вивела українську модну індустрію на світовий рівень. Її визнали щосезонними професійними показами pret-a-porte на рівні з російськими, італійськими та англійськими.

Поряд із проблемою стрімкого розвитку української fashion-індустрії, журналісти видання порушують питання «декадансу» світової Haute Couture, пов'язуючи це із відходом від справ модельєра Іва Сена Лорана, а також із тим, що кожного року розклад тижнів високої моди скорочується. Незважаючи на це, кутюр зберігає своє винятковість і продовжує боротися за особливий спосіб створення одягу.

Значний відсоток публікацій в «L'officiel-Україна» присвячено взаємодії моди та кіно, адже давно існує традиція, коли культові режисери запрошують до співпраці відомих кутюр'є, а модельєри черпають натхнення у фільмах, присвячуючи їм цілі колекції. Особливе місце у журналі відводиться питанню виживання сучасного українського ігрового, документального та анімаційного кіно, яке існує за рахунок приватного продюсування через відсутність бюджетних коштів.

Сьогодні «L'officiel-Україна» є авторитетним джерелом, що інформує про культурне життя України та світу, формує «модний» клімат у країні та пропагує діяльність вітчизняних митців.

Г. А. Пирогова

Дієслова з позитивною оцінною семантикою
в рекламі ліків

Використання оцінної лексики є одним із традиційних та найефективніших маніпулятивних засобів у рекламі. «Підвищена частота лексичних одиниць позитивної оцінки – основна особливість сучасних рекламних текстів, їхній категоріальний атрибут, їхня константа» (В. В. Зірка). Апеляція до ціннісних категорій чинить м'який тиск на адресата повідомлення, є виявом прагматичної спрямованості реклами. До основних маніпулятивних одиниць рекламного тексту належить дієслівна лексика.

Для текстів реклами ліків характерне широке вживання дієслів. Оскільки особливістю написання основної інформативної частини таких повідомлень є використання елементів наукового стилю, то дієслова в тексті позначають не динамічний стан у момент мовлення, а постійну властивість, ознаку чи якість рекламованого препарату, мають «значення позачасовості» (А. П. Коваль): *екстракт... покращує кровопостачання в мозку; «Геровітал» задовольняє потребу у вітамінах, покращує обмінні процеси, зміцнює захисні сили організму.*

Дієслівна лексика з позитивною семантикою в рекламі ліків містить прямо виражену оцінку (*політизувати, покращувати, зміцнювати, оберігати, захищати, допомагати, сприяти*), що дає змогу прямо впливати на адресатів рекламного звернення, переконувати їх у слушності сказаного, створювати у свідомості відповідний образ препарату.

Дієслова в більшості випадків передають дію, спрямовану на покращення фізичного стану людини, проте іноді може підкреслюватися позитивний вплив препарату й на душевний стан, діяльність людини: *засіб, що допоможе вам втілити в життя всі амбітні творчі плани.*

Іноді до дієслів із негативною оцінною семантикою додається заперечна частка *не*, що дозволяє варіювати мовне вираження позитивних властивостей лікарського засобу: *паста не пошкоджує емаль та не подразнює слизову оболонку ротової порожнини; прийом «Новілету» не зашкодить Вашій фігурі*.

Здебільшого в рекламі ліків дію виконує сам препарат чи його складники: *«Антипохмелін» покращує роботу печінки; вітамін В6 зміцнює нервову систему*. Однак зустрічаються випадки, коли дія приписується частині тіла людини або властивостям її організму: *щоб шлунок не страждав; здоровий зуб не болить; покращується апетит*.

Найчастіше в рекламі ліків використовують дієслівні форми 3-ї особи однини теперішнього часу (*покращує, зміцнює, зберігає, допомагає* та ін.), але можуть бути вжиті й інші часові форми дієслова: *допоможе, не зашкодить* (майб. ч.); *щоб шлунок не страждав* (мин. ч., виражає ірреально-потенційну бажальну модальність).

Оскільки в мовній картині світу людини поняття «здоров'я» належить до ціннісної опозиції й завжди має позитивне забарвлення, то в рекламі ліків активно використовуються лексичні одиниці з відповідною оцінкою, серед яких важливе місце посідають дієслова.

О. В. Проуторова

Концепція творчості

у повісті «Інопланетянка» О. Забужко

О. Забужко намагається визначити генезу письменницького таланту Ради Д., літераторки нового покоління, яка прагне у своїх творах висвітлювати проблеми, які цікавили б як особисто її, так і потенційних читачів. Для Радиної самоідентифікації, а також для вирішення проблеми мистецтва в систему персонажів твору введено образ таємничого Посланця, який не можна однозначно інтерпретувати. Він амбівалентний, у ньому одночасно присутні божественні і диявольські риси.

З одного боку, при спілкуванні з гостем Рада відчувала легкість. Можна подумати, що письменниця увійшла в контакт з божественним, досягнула райської свободи існування. Такі почуття були схожі на *deja-vu*: жінка відчувала подібне в припливах творчого натхнення.

З другого боку, в Посланці вгадуються риси Агасфера (Вічного Жида, Лаакдема). Легендарний персонаж знаходиться в статичному світі, де немає розвитку, тому він і наголошує на тому, що при переході в інобуття для Ради більше не буде потреби писати.

Крім цього, в образі Посланця прочитуються й інфернальні ознаки. Він нагадує представника світу мертвих.

У спілкуванні з гостем Рада Д. розкривається як митець, постає в опозиції до свого попередника, літературного метра Валентина Степановича. Якщо вона вважає мистецтво богонатхненною справою, то творчість для Валентина Степановича є засобом збагачення і визнання. Приземленість його думок виявляє залежність: від своєї популярності, що вже за життя встигла перетворитися на міф, від оточення, перед яким треба поставати гламурним і свіжим (через те, що новизну думок він черпав у розмовах з Радою, то він є залежним і від неї), а крім цього, від родини. Натомість молода письменниця є вільною, вона навіть не може жити з коханим чоловіком Арсеном, бо підсвідомо використовує його лише як матеріал до своїх творів.

Рада і Валентин Степанович протиставляються як Кассандра і Гелен, що знаходяться на різних ступенях свободи. Незрячий лжепророк стоїть на першому, який передбачає свободу в людському, приземленому розумінні цього слова; його сестра, навпаки, контактує з вищими силами, що вивищує її, а отже, й Раду над соціумом. Це другий ступінь свободи. Посланець пропонує Раді ще й третій ступінь – пізнати буття у всіх його проявах, тобто стати не-людиною. Наближаючись до трансцендентності, митець вже не потребує оформлення своїх думок у текст, він ототожнюється з пророком, чиї слова йдуть прямо з вуст і не фіксуються, проте для того, щоб донести інформацію до соціуму, текст необхідний, Рада усвідомлює це, тому як справжній митець обирає служіння людям, відмовившись від запропонованого.

А. І. Салатська

Міфологема як чинник смислової структури у поезії М. Вінграновського

Визначальними для поетичного лексикону М. Вінграновського є міфологеми із значенням «вода», «дерево», «небесні світила», «тварини». При цьому найпродуктивнішими є словообрази дощ, клен, акація, дуб, зоря, кінь, заєць, а також назви птахів. Визначаючи особливості слововживання названих словообразів, відзначаємо три випадки:

1. Актуалізація образів у своєму усталеному значенні, часто взятому у складі фольклорних фразеологізмів (*На ясні зорі, тихі води Пливи, скривавлена любов; І степ лежить від мене — до коня*).

2. Індивідуальне авторське вживання словообразів, показником якого найчастіше виступають епітети (*То вже я народився при дубовій корі;*

Гуцулки погляд чорнокрилий, Як птича тінь, небесна тінь; Червоних зір червоний зорепад; Пахне звечора небо осінніми птицями).

3. Індивідуальна вмотивованість М. Вінграновського, яка виявляється в незвичній метафоризації міфологем на позначення різних образів (*Сині очі зорі Зорять з зору твого дорогого; Нехай в очах твоїх два чорних сонця тужать*).

Інколи міфологема є стрижневим образом поетичного твору. На основі актуалізації цього образу будується цілий вірш (*Зоря над містом зібрана і чемна, Зоря над містом точна і знаменна, Зоря над містом хлібом пахне темним – Найкраще в світі пахне хліб печений*).

Досить часто автор персоніфікує словообрази зорі, місяця, дощу, акації, тощо (*Обнімає ніч зорю за плечі, Синьо посміхається зоря; Земля і Місяць вдвох дивились око в око; Пищать дощі, і води топлять І душу, і терпіння, й час; Сеньйорито акаціє, добрий вечір*).

Відзначаємо також вживання поетом образів з прикладками для акцентування уваги на певній їх ознаці (*Її сама вона, як ця коза-сльоза; І темно-пурпурово сходить З-за серця місяць-молодан*).

Цікавим є використання словообразів у пейзажних замальовках (*В ніч кам'яну, коли темно воді і дорозі; Прощалось літо. Тьмянів лист, І лев лежав під кленом*).

В поезіях М. Вінграновського ми можемо спостерігати такі міфопоетичні протиставлення: життя-смерть, щастя-нещастя, небо-земля, вогонь-вода, вологий-сухий, далекий-близький.

Міфологеми, вживані в поетичному лексиконі М. Вінграновського, утворені на загальній міфопоетичній базі чи супроводжують індивідуально-авторські художні образи, висвітлюють нескінченний запас міфологічних символів.

О. С. Семенець

«Орфізм» як ядро художньої філософії Р. М. Рільке

Творчий метод австрійського поета Р. М. Рільке (1875–1926) складно поєднує риси імпресіонізму, символізму та експресіонізму. Утім недостатнім є сприйняття Рільке лише як видатного лірика ХХ ст., адже протягом творчого життя народжувалась самобутня художня філософія поета-мислителя.

Тоді як на Заході рількезнавство – це майже неосяжна літературознавча царина, на наших теренах творчість Рільке залишається чимось на зразок «величезної маси німоти» (Рільке), від якої «відколюються»

лише перші «шматки». Особливої уваги, на нашу думку, заслуговує проблема становлення філософсько-естетичних поглядів Рільке, яка має суперечливе тлумачення як серед західних (О. Больнов, Г. Марсель, В. Рем, Г. Хольтхузен), так і вітчизняних (Н. Литвинець, Д. Наливайко, Є. Волошук) дослідників. Між тим, кожна нова збірка поета була певним етапом розвитку його художньої філософії, тією цеглиною, з якої пізніше будувався фундамент «мистецтва чистого життя» (С. Цвейг). Вже в вершинній збірці раннього періоду творчості Рільке «Часослов» (1899–1903 рр.) поетичне вчення про життя, народжене трагічним внутрішнім досвідом молодого поета, подано в формі довершеної ліричної системи. Тут з'являється один із центральних образів поезії Рільке – Бог, чий вплив поширюється на весь світ і всі речі. Бог при цьому – не трансцендентна реальність по той бік простору і часу, а «буття як воно є», що являє себе в безлічі різноманітних просторових образів-утілень. Тогочасний Бог Рільке наближений до пантеїстичного бога Гете та Гельдерліна.

У збірках «Нових віршів» (1907–1908) художній метод серединного Рільке виказує себе визрілим до граничної досконалості. Приводом до ліричної дії, на відміну від фази «Часослову», стають чітко окреслені фігури та статично скомпоновані ситуації з фрагментами світу, що відчувається. В цій збірці поет вперше у своїй творчості звертається до осмислення світу через призму «орфічної» тематики («Орфей. Еврідіка. Гермес»). Шлях до вдосконалення життя, за Рільке, пролягає через досвід пізнання смерті. По-новому осмислюючи міф про Орфея, автор констатує несумісність «жіночого» (безпосередньо-чуттєвого) та «чоловічого» (опосередковано-духовного) способів долучення до смерті.

Збірки «Дуїнські елегії» (1922 р.) і «Сонети до Орфея» (1922 р.) – завершальний етап творчої еволюції поета. Рільке остаточно «звільняється» тут від образу християнського Бога. Його місце спочатку займає Ангел «Елегій», а потім – Орфей «Сонетів». В «Елегіях» виголошується майже систематично впорядкована концепція буття, абсолютно автономний авторський міф, що має своїх святих і демонів, міф, цілком емансипований від західноєвропейської традиції. Образ Ангела є у Рільке символом надприродного і надлюдського, своєрідним «псевдонімом Бога» (Фріц Ден). Натомість у «Сонетах» Рільке цілковито звільняється від двозначності уявлень про божественне. Шлях Орфея в пекло – це шлях до витоків буття. Рільке оспівує Орфея як вічно живого всюдисущого бога метаморфоз, співочого рятівника космосу, що об'єднує світ живих і потойбіччя.

Таким чином, філософсько-естетичний шлях Рільке можна трактувати як багатоетапний рух від по-християнськи зорієнтованої художньої

моделі світу до «орфічної» за своєю суттю цілісної і гармонійної системи світосприймання.

М. О. Сінельнікова

Семантичні розряди

в українській політологічній термінології

З 90-х років ХХ століття в Україні посилювалася увага до вітчизняних терміносистем, що спричинило появу великої кількості праць, у яких аналізувалася термінологічна лексика різних галузей діяльності людини, проте українська політологічна термінологія, яка є досить новою в українській мові, системно не досліджувалася. Зокрема не були предметом окремого лінгвістичного аналізу семантичні розряди в політологічній терміносистемі, що зумовлює актуальність пропонованої наукової розвідки. Політологічні терміни можна розподілити за такими семантичними розрядами:

1. Назви партій, організацій, об'єднань, угруповань тощо (*Партія праці (ППП), Всеукраїнське об'єднання «Громада» (ВОГ)*);
2. Назви посад (*президент, консул*);
3. Назви наук, що вивчають політичні процеси, та суміжних з політологією наук (*політична історія, іміджологія*);
4. Назви політичних рухів, течій, напрямів, ідеологій (*нацифізм, антисемітизм*);
5. Назви теорій, концепцій, ідей, доктрин (*націоналізм, євразійство*);
6. Назви документів, законів, декларацій (*конституція, Біль про права*);
7. Назви держав (*Автономна Республіка Крим, Галицько-Волинська держава*);
8. Назви органів влади (*конгрес, Кабінет Міністрів*);
9. Назви форм влади (*абсолютизм, деспотія*);
10. Назви типів політичних режимів (*поліархія, поліцейська держава*);
11. Назви форм державного устрою (*конфедерація, королівства*);
12. Назви напрямів у політиці залежно від сфери здійснення політики (*експансіонізм, анілюс*);
13. Назви типів суспільства (*закрите суспільство, громадянське суспільство*);
14. Назви типів виборчих систем (*змішана виборча система, мажоритарна виборча система, пропорційна виборча система*);
15. Назви типів політичних систем (*однопартійна, двопартійна і багатопартійна політична система*);

16. Назви парламентських систем (*однопалатна, двопалатна парламентська система*);

17. Назви прихильників та учасників певних рухів, течій, ідеологій (*лейборист, дисидент*).

Висновки. Семантичні розряди в українській політологічній термінології потребують ґрунтовного дослідження та глибокого аналізу. Ця проблема є актуальною не лише для фахівців, а й для пересічних громадян для усвідомлення складних суспільно-політичних процесів у нашій країні.

О. О. Строніна

«Архетип Едипа як домінуючий міфологічний мотив
у романі М. Фріша «Назvu себе Гантенбайн»

XX століття характеризується процесом «реміфологізації». Для сучасного письменника притаманне використання міфу у своїх художніх цілях. Розгляданням творчості М. Фріша займалися такі дослідники, як Д. Затонський, Н. Павлова, С. Львов, Б. Лембрікова. Але міфологічна система тексту залишилась поза увагою. Тому виявлення багаторівневої системи дає можливість більш глибоко зрозуміти поетику текстів М. Фріша. У романі «Назvu себе Гантенбайн» М. Фріш через образ Гантенбайна розкриває різницю між уявним баченням зрячої людини та внутрішнім баченням сліпого. Він – чоловік Лілі, вірний, відданий, необхідний і, головне, зручний чоловік, бо він «не бачить» усього того, чого бачити не потрібно. Міфологічний підтекст роману будується на архетипі сліпого Едипа. Щоб прозріти, йому необхідно осліпити себе. Коли був зрячим, Едип не бачив того, що коїться перед його очима (вбивство батька, одруження з матір'ю). Едип осліплює себе, щоб уявне бачення не заважало внутрішньому. Розправа Едипа над своїми очима – це його суд над своїм знанням, яке проникало у заборонене і не розкривало необхідного. Гантенбайн удає сліпого, іноді він навіть вірить у свою сліпоту, щоб сягнути істинної суті речей. За дар комфортного існування він відплачує роллю сліпця. Гантенбайн стає сліпим для того, щоб бачити більш за інших та одночасно менш (більш – те, що хочеться, менш – те, що є). К. Леві-Строс трактує особливості міфологічної свідомості на прикладі міфу про Едипа. Едип, не відаючи того, вбив свого батька, важливо при цьому, що він сам стає царем і що батько його був цар. К. Леві-Строс тлумачить міф про Едипа як зростаючу зацікавленість до того, як народжується людина, від однієї людини чи від двох? У цьому за К. Леві-Стросом зміст Едипова комплексу, який він теж вважає частиною міфу

про Едипа, тому що міф не знає часу. Отже, особистість Едипа, як Гантенбайна, виявилась, якби розірваною, складеною з двох частин, і життя героя залежить від того чи можливо знову об'єднати ці частини. Іпостась міфологічного образу сліпого Едипа, який осліпив себе свідомо і власною рукою, подана у романі «Назву себе Гантенбайн» в інверсованому вигляді і підлягає авторському переосмисленню в контексті хвилюючої автора проблеми позиції нонконформіста у суспільстві споживання.

Т. М. Темна

Конструкції «stone wall»
як один із засобів словотвору
в сучасній англійській мові

Одним з засобів словотвору в сучасній англійській мові поряд з іншими є використання так званих конструкцій «stone wall».

Конструкція «stone wall» – це конструкція «іменник + іменник».

Проблема того, чи можуть прикметники бути утворені за допомогою конверсії з іменників, є предметом багатьох дискусій. У сучасній англійській мові є багато словосполучень такого типу: *price rise, wage freeze, steel helmet, sand castle* та ін.

Якщо перший компонент такого сполучення є прикметником трансформованим з іменника, то комбінації такого типу є вільними групами слів типовими для англійської мови (прикметник + іменник). Ця точка зору доведена О. Єсперсеном за допомогою наступних фактів: «stone» означає певну якість іменника «wall»; «stone» стоїть перед словом, яке воно модифікує, так само як і прикметники у функції означення в англійській мові стоять перед іменником; «stone» використовується в однині, хоча його значення у багатьох випадках виступає в множині, прикметники в англійській мові не мають форми множини; є деякі випадки, коли перший компонент використовується у порівняльному або найвищому ступені, наприклад, *the bottommost end of the scale*; перший компонент може мати прислівник, який характеризує його, та прикметники зазвичай характеризуються прислівниками, наприклад, *a purely family gathering*; перший компонент може бути використаний у тій самій синтаксичній функції з власним прикметником для того, щоб охарактеризувати той самий іменник, наприклад, *lonely bare stone houses*; за першим компонентом можна використати займенник «one» замість іменника, наприклад, *I shall not put on a silk dress, I shall put on a cotton one*. Однак Генрі Світ та деякі інші вчені наполягають, що ці критерії не є характерними для більшості цих комбінацій.

Вони вважають, що перший компонент таких комбінацій є іменником, який виступає у функції означення, тому що у сучасній англійській мові майже всі частини мови та навіть групи слів та речення можуть бути використані у ролі означення, наприклад, *the then president* (прислівник), *out-of-the-way villages* (група слів), *a devil-may-care speed* (речення).

Існують різні семантичні відносини між компонентами конструкції «stone wall». Так, наприклад, Є.І. Чапнік класифікував їх у наступні групи: відносини часу (*evening paper*); просторові відносини (*top floor*); відносини між об'єктом та матеріалом, з якого він зроблений (*steel helmet*); відносини причини (*war orphan*); відносини між частиною та цілим (*a crew member*); відносини між об'єктом та дією (*arms production*); відносини між агентом та дією (*price rise*); відносини між об'єктом та його призначенням (*reception hall*); перший компонент позначає голову, організатора об'єкту, що характеризують (*Clinton government*); перший компонент означає сферу діяльності другого компоненту (*language teacher*); зрівняльні відносини (*moon face*) та якісні відносини (*winter apples*).

Л. Є. Ткаченко

Мовні засоби вираження часу у романі О. Ільченка
«Козацькому роду нема переводу»

Об'єктом нашого аналізу є мовні засоби вираження часу в аналізованому творі.

Художній час у творі постає як багатовимірна категорія, в якій розрізняють фабульно-сюжетний час і оповідально-розповідний (нараційний) час. У такий спосіб виявляють розбіжність між тим, коли згадані, описані події відбулись і коли про них повідомив оповідач або розповідач як свідок і учасників подій чи тільки інформатор, який певним чином довідався про них. Художній час твору залежить від наповненості твору важливими подіями та їх просторової осяжності. Основними номінаціями, що означають час у романі є: *день, ніч, вечір, ранок, рік, місяць, тиждень (дні тижня), година, пора року (літо)*. Звертаємо увагу на міфологічні імплікації, пов'язані з хронотопом твору. Найвиразніше вони виявляються щодо таких хрононімів, як *понеділок, вівторок, середа, неділя, ніч*. Ніч – це небезпечний час. Художні картини твору виразно підпорядковуються давнім уявленням про ніч як матір смерті та сну. *Аж тут і пізній місяць вплив з-поза обрію на перистих хмарах, на подраних небесних пуховиках, блиснула лихим синім вогнем ріка Рубайло. Посеред вулиці Мамай спинився, слухаючи, як на соборній дзвіниці відби-*

ває дзвонар дванадцятую годину, північ, бо кожен удар великого дзвона бив наче в саму душу Мамаєві, мовби сама **пані Смерть мантичила занесену над містом здоровенну косу війни**. Понеділок – день народження Ясен Місяця і початку роботи, як і вівторок. Не випадково розвиток окремих мотивів, дій героїв припадає саме на означений час.

– **Коли рушаш** ?- по-людському сумно та просто спитав володар всієї Русі.

– **У вівторок**.

Середа в народній культурі протиставляється четвергу. Четвер – це день Громовика. Але в романі протиставлення середи і четверга, у якому можна вбачати давню опозицію чоловічого і жіночого, виражається доволі несподівано. Саме на третій день, тобто у середу: *На третій день розбурхалась гроза: з грозами, блискавками, але без дощу*. Порівняймо: після дощика в четвер.

Результати проведеного короткого аналізу свідчать про те, що семантика часу у її характерному для художньої організації твору мовному вираженні найтіснішим чином пов'язана із уявленнями про міфологічну значущість хрононімів *день – ніч, дні тижня* та ін.

Г. С. Тротченко

«Відбиток» гендерних стереотипів у пареміях

Для того, щоб знайти та дослідити ті чи інші стереотипи, треба, по-перше, дати їм визначення. Отже, згідно з американським дослідником Уолтером Ліппманом, стереотипи – це упереджені думки, що рішуче керують усім процесом сприйняття. Вони маркують певні об'єкти як знайомі або незнайомі таким чином, що ледве знайомі здаються добре відомими, а незнайомі – далекими від розуміння. Вони збуджуються знаками, що варіюють від справжнього індексу до невизначеної аналогії.

Треба визнати, що ми живемо в світі стереотипів. Вони скрізь. Одні стереотипи мають тенденцію до змін, інші – залишаються досить стійкими, як, наприклад, гендерні стереотипи. Ці непорушні стереотипи вельми широко існують у питанні про типове та незмінне в характеристиці чоловіків та жінок, в їхньому темпераменті, здатностях, спонуканнях та цінностях. В масиві паремій, що був нами досліджений, ми виділили чотири основних гендерних стереотипа:

Стереотип 1. «Доля жінки – діти, кухня та церква».

Отже, згідно із зазначеною теорією, жінки повинні виховувати спільних (просимо зауважити) дітей, вести спільне (ще раз просимо зауважити) господарство, паралельно з цим деякі ще й працювати на сімей-

ний бюджет, у той час, як чоловіки, не обмежані такою «дрібницею», як діти та господарство, шукають себе в сучасному мінливому світі та роблять кар'єру. Наприклад: *«Чоловік у домі голова»*

Стереотип 2. «Жінка без чоловіка – неповноцінний член суспільства».

З давніх-давен вважалося, що добропорядна жінка повинна зробити в житті три речі: вийти заміж, народити дитину та навчитися «добре готувати». Жінка без чоловіка не може існувати. Знов таки, вона просто на це нездатна. Наприклад: *«Коли нема козака, то підеш і за пенька»*.

Стереотип 3. «Жінка – легковажна. Її не треба сприймати серйозно, бо в неї «сім п'ятниць на тиждень».

І вже зараз можна зробити висновок, що протягом цілого покоління нашого народу жіночий образ набував найгірших рис вдачі людини. Саме жінці притаманні були такі вади, як легковажність, зрада, непослідовність та «жіноча логіка», що якраз і є найяскравішим втіленням гендерних стереотипів по відношенню до дій жінки. Наприклад: *«З паном не дружись, а жінці не звійся»*.

Стереотип 4. «Жінка – це взагалі страшна річ... Усі біди через неї».

Фактично рівні поняття жіночого та чоловічого, тим не менш, закраплені негативним ставленням саме до жіночого. Наприклад: *«Баба гірша за скаженого їжача: хоч не вкусить, так наляка»*.

Протягом багатьох років мова насичувалася стереотипами та видавала їх за народну мудрість. Паремії, а отже і мова, крокують поряд з народом. Поряд крокують й гендерні стереотипи. Міцні, підступні та майже нездоланні, вони нав'язують нам хибні стандарти.

Г. І. Цукур

Система міфологем

в романі М. Юрсенар «Спогади Адріана»

Французька письменниця Маргерит Юрсенар (1903–1987) є автором багатьох романних, драматургічних, есеїстичних творів («Вогнища», «Сад химер», «Боги безсмертні», «Спогади Адріана», «Філософський камінь» тощо). Важливою складовою творчого обдарування М. Юрсенар є схильність до осмислення світу мовою міфопоетичних символів. Утім цей аспект її творів дотепер не був предметом спеціальної літературознавчої уваги.

Об'єктом нашого дослідження є зрілий роман М. Юрсенар «Спогади Адріана» як зразок яскраво виявленого міфопоетичного мислення цієї письменниці. В цьому творі парадигма життєвого шляху античного пра-

вителя виявляється мовою роздумів над проблематикою Ренесансного міфу.

Жанрова структура роману «Спогади Адріана» постає як складне жанрове утворення, в якому елементи багатьох структурно-жанрових форм набувають різної питомої ваги. Найочевидніші жанрові шари «апокрифічного» життєпису імператора Адріана – історичний, автобіографічний, епістолярний. М. Юрсенар наслідує найважливіші ознаки «класичних» творів античної епістолографії й античної автобіографії Платонівського типу («Апологія Сократа», «Федон»), пов'язаної з ідеєю міфологічної метаморфози, символом якої в романі є протейзм. В основі цієї метаморфози лежить певний хронотоп – «життєвий шлях шукача істинного пізнання». Жанрові ознаки історичної, епістолярної та автобіографічної розповіді переплавляються в М. Юрсенар у складну жанрову єдність і виявляються засобом художньої реалізації сучасного філософсько-інтелектуального змісту. Стрижневою лінією проблематики роману «Спогади Адріана» є ренесансна за своїми витоками ідея земної «божественності» людини, втілена в образі Адріана.

На основі докладного аналізу тексту встановлюємо складну систему пов'язаних між собою міфологічних символів, серед яких домінують міфологеми життєвого шляху, долі, смерті (сну), краси, любові, пам'яті, «протейзму» (загальної мінливості).

Міфологеми життєвого шляху представлено як втілення центрального блоку моно- міфу (відокремлення – ініціація – повернення). Назви романних розділів відбивають етапи обрядів переходу і міфологічну символіку шляху героя. В структурно-семантичному навантаженні міфологем часу і сну суттєвим виявляється сприймання «втраченого» міфологічного часу як реальнішого, ніж власне романний час; протиставлення «божественного» і «земного» часів; життя і смерті (сну); уявлення про час як такий, що спливає з-за спини, «ззаду»; амбівалентне уявлення про сон як метаморфозу смерті і, одночасно, як про метафору життя.

В проблемно-концептуальних та поетологічних особливостях міфологеми долі як життєвого шляху людини виявляємо співвідношення концепту долі з поняттями «час», «долоня», «ткати, з'єднувати», а також з астральною символікою.

Поєднує ці міфологеми в цілісну систему ідея загальної мінливості, плинності («про- теїзму»), суголосна проблематиці Ренесансного міфу.

Таким чином, міф у М. Юрсенар надає історичній розповіді, яка втілена в формі епістолярного звертання до нащадків, філософської глибини і універсальності.

Ю. Ю. Чиркова

Неоміфологізм французького «нового роману»
(«Георгіки» К. Сімона, «Переміна» М. Бютора)

Одним з головних напрямків розвитку культурної ментальності ХХ ст. є формування поняття неоміфологічної свідомості, що полягає в актуалізації в усій культурі інтересу до вивчення класичного й архаїчного міфу, в ролі якого може виступати зокрема й історико-культурна реальність минулих років, побутова міфологія, відомі та невідомі тексти тощо.

У французькій літературі періоду 50-х років ХХ ст. формується новітній жанр модерністського письма – «новий роман», в якому міфологізування набуває особливих форм. Яскравими представниками школи «нового роману» є М. Бютор, основоположник її міфологічного напрямку, та К. Сімон, який репрезентує шозизм, або «школу речей». Неоміфологізм романів «Переміна» (1957) М. Бютора та «Георгіки» (1981) К. Сімона виявляється на декількох структурних рівнях текстів: наративному, часово-просторовому та власне міфологічному.

Характерною рисою оповідної стратегії романів «Переміна» та «Георгіки» є самореференційність, дослідження про можливості мовного відображення спогадів. У «Переміні» головний герой Леон Дельмон через залучення читача до спогадів про подорожі з Парижа до Риму й назад створює разом з реципієнтом оповіді своєрідний «роман про роман». Натомість, три персонажі роману «Георгіки» оповідають про свій життєвий досвід, здобутий у різні визначні моменти історії Франції: Французьку революцію, війну в Іспанії та Другу світову війну, при цьому «Георгіки» – не лише історія про війну і про плін часу, а й історія про те, як можна висловити мовою війну або час. Текстам К. Сімона притаманна фрагментарність та розгалуженість оповіді, яка відповідає уривчастості процесу читання, викликаній перетином різних наративних потоків.

Своєрідністю оповідних прийомів письма неороманісти виробляють особливу наративну динаміку, яка породжує нелінійний наративний хронотоп текстів. Як для міфопоетичної структури «Переміни» М. Бютора, так і для «Георгіків» К. Сімона характерна множинність планів часу і простору, які, переплітаючись та трансформуючись, виводять нас на міфологічний текстуальний рівень.

У міфологічному романному пласті «Переміни» актуалізовано міф про подорож Енея в пошуках міста, яке в майбутньому має стати світовим центром, а також міф про Орфея, відвідувача сакрального світу з метою повернення жінки. У «Георгіках» репрезентовано алузію міфу про

Орфея, який, кинувши сакральний «погляд назад», порушив свою обіцянку і втратив можливість повернути Евридику до світу живих.

Серед неоміфологічних рис романів «Переміна» та «Георгіки» слід відзначити інтертекстуальність: прямі і непрямі цитати «Енеїди» Вергілія в тексті «Переміни» та відсилання читача «Георгіків» К. Сімона до одноіменного античного джерела Вергілія, до опери Глюка «Орфей і Евридика», а також до роману Дж. Оруелла «День Каталонії».

М. Ю. Шиляєва

Архетип Орфея

в творах П. Зюскінда «Запах» і «Контрабас»

Творчість П. Зюскінда недостатньо досліджена з точки зору її міфопоетики. Дослідження, які проводили О. Якимович, О. Зверев, Н. Білоцерківець, не торкалися міфологічного підґрунтя творів. Однак саме виявлення багаторівневої міфосистеми дає можливість більш глибокого прочитання, а значить і більш глибокого розуміння поетики тексту, у тому числі і запропонованих автором ідейних позицій.

Поетика роману «Запах. Історія одного вбивці» (1985) базується на мегаметафорі запаху, як універсальному, підсвідомому, всеохоплюючому зв'язку між людьми. Герой П. Зюскінда – звіроподібний маніакальний вбивця і водночас геній – спростовує звичну формулу «геній та злодійство – дві речі незумісні».

В нашій роботі розглядається образ Жан-Батіста Гренуя, який, в постмодерністському контексті, утримує в собі елементи архетипичності, наведені міфологічним образом Орфея, що дає додатковий аспект в розумінні образу головного героя. Орфеїчна архетипність образу Гренуя виявляється в таких аспектах: Гренуй, як культурний герой, з'являється на світ, щоб принести людям мистецтво запахів; життя Гренуя являє собою науку випробувань (ініціацій), після проходження яких він набуває більш високого статусу, статусу божества; Гренуй, як і Орфей, займає в суспільстві асоціальну позицію, вони обидва прагнуть замкненого способу життя; вони розуміють безвихідність свого положення та добровільно сприймають смерть – розірвання. В античній міфології смерть-розірвання було типовим покаранням тих, хто не шанував богів чи прагнув свого визнання та переваги над богами.

Архетип Орфея уособлює в собі образ творця як такого, якому властивий самотній спосіб життя. Його життя – випробування, його мрії – нездійсненні. Орфей є символом самотності, відчуження, безнадійності, добровільної смерті, заради своєї мрії він приносить себе в жертву.

В поетиці роману «Запахи» цей архетип розвертає нове змістове поле. Гренуй розглядається не тільки як звір, дикун, а й як митець. Він несе людям іскру, як Прометей, яку видобуває власноруч із самого себе. Але той факт, що Гренуй не має запаху, вже з самого початку дає зрозуміти, що він приречений на смерть.

Повість П. Зюскінда «Контрабас» (1980) також має в собі архетипні елементи. Розповідь ведеться від першої особи, від особи головного героя – контрабасиста. У своєму монолозі він намагається знайти докази значущості контрабаса в оркестрі, а значить і власної значущості для суспільства. Своє життя контрабасист присвятив музиці, розуміється на ній, віртуозно грає, але, обравши контрабас, він перебуває на одному з останніх місць в ієрархії таланту. З міфологічної точки зору герой «Контрабасу» виконує функції соціального вигнання, маргінала. За В. Тернером маргінальність – це переферійність, прикордонність. Принижена людина, чужинець символізує людське, індивідуальне, він вторгається в суспільство для дестабілізації. Маргинарії прагнуть стати домінантами, бути центром. Їхня роль в суспільстві – перевірка на життєздатність.

Такий елемент архетипу Орфея, як приреченість, має місце і в образі Гренуя, і в образі контрабасиста. Розуміння саме цього аспекту штовхає їх на дії, які призведуть до загибелі.

Орфей розривається на шматки вакханками. Гренуя пошматували і з'їли бродяги на цвинтарі. А контрабасист повертається в оркестр, щоб зірвати виступ своїм криком. Він не знає, що буде далі, але відчуває, що приречений.

О. О. Якименко

Інвенція та диспозиція передмов
до Учительного Євангелія 1637р.

Тексти двох передмов до УЄ 1637 р. (передмова до Б. Стеткевича та передмова до чительника) побудовані за правилами класичної риторики, яка на той час викладалась у більшості навчальних закладів Речі Посполитої. Тому тексти можна поділити за частинами диспозиції та визначити види аргументів, за допомогою яких автор прагне вплинути на адресата.

Передмови до УЄ 1637 р. включають усі основні частини диспозиції (вступ, підтвердження і завершення) та одну додаткову – нарацію. Найбільшу частину тексту в обох передмовах становлять опосередкований вступ та підтвердження.

Відмінності у риторичних схемах передмов зумовлені насамперед їхнім жанром. Передмова до Стеткевича належить до деліберативного жанру,

мета передмови – ушлявлення роду Стеткевичів. Передмова до чительника належить до епідейктичного жанру, мета – порада адресатові.

Ефект, якого прагне досягти автор (пристрасті): у першій передмові – гордість із приводу присвяти книги, прихильність до видавця; у передмові до чительника – повага до священицького стану, почуття обов'язку.

Аргументи у передмовах є складними та розширеними : часто прості аргументи являють собою посилки складного аргумента, який іноді може утворювати період, що доводить уживання характерних для цієї структури розділових знаків (двокрапка, крапка з комою) та великої літери всередині речення.

У передмовах використовуються такі види аргументів: епіхерема, ентимема, сорит. Останній вид аргумента визначаємо лише умовно, оскільки послідовний зв'язок між його посилками не настільки тісний, як у класичних прикладах. Найчастіше зустрічаються випадки, коли ентимема є посилкою сорита.

У досліджуваних нами текстах виявлений також аргумент, визначення якого немає у класичній риториці: таке судження включає кілька посилок, але зв'язок між ними не послідовний, а паралельний. Силогізми та дилеми у передмовах до УЄ 1637р. не використовуються. Силогізм характерний лише для формальної логіки.

За походженням аргументи найчастіше індуктивні. Крім того, часто використовуються приклади, в основному – цитати з Біблії, іноді – посилання на історичні події (у передмові до Стеткевича – перелік заслуг адресата та його роду).

Автор використовує топоси: посилання на авторитет (найчастіше це слова біблійних пророків та апостолів, Ісуса Христа), порівняння, наприклад, священик порівнюється із шлунком, а божє слово – з поживою, яка в нього вкладається. Риторична схема передмов відрізняється від будови проповідей Учительного Євангелія більшою складністю, що є невід'ємною ознакою барокових текстів. Це можна пояснити належністю Петра Могили, якого вважаємо автором творів, до митців епохи бароко. Проповіді ж є перекладами Учительного Євангелія Каліста, що були видані Мелетієм Смотрицьким 1616 р.

Відмінності між передмовами зумовлені різним жанром, метою творів та зверненістю до різних адресатів. Але ця різниця не заперечує того, що обидва твори побудовані за правилами класичної риторики.

Н. О. Ямпольська

У пошуках ефективного використання синтаксису
у задачах автоматичного реферування тексту

Автоматичне реферування тексту (АР) – один з напрямків обчислювальної лінгвістики, задачею якого є встановлення головного змісту тексту та створення його стислої форми. Цей напрямок пройшов шлях від суто статистичних методів підрахунку ключових слів до складних технологій, що поєднують семантичну, прагматичну, синтаксичну та ін. інформацію.

Процес реферування можна схематично описати наступним чином. У вхідному тексті виділяються ключові слова, базуючись на високій частоті слова у даному тексті і низькій частоті слова у колекції інших документів. Одночасно враховується позиція речення у тексті (по експериментально встановлених формулах обчислюються найбільш впливові абзаци тексту), наявність у реченні сигнальних слів чи фраз («результатом цієї роботи є...»), та інші більш складні фактори. Після цього кожному реченню приписується коефіцієнт важливості і речення, чий коефіцієнт більше за встановлений поріг, обираються до реферату.

У більшості систем з АР синтаксична інформація використовується головним чином для трансформацій (скорочення, перефразування, та ін.) речення, коли воно вже відібране у реферат. У своїй поточній роботі ми шукаємо шляхи більш широкого використання синтаксичної інформації на етапі виділення важливої інформації у тексті.

Ми працюємо з матеріалом з 90 «ручних» рефератів, що були зроблені волонтерами на базі 30 статей-новин з New York Times розміром від 1,000 до 2,500 слів. В результаті було отримано 381 унікальних речень (враховуючи те, що деякі речення були обрані відразу 2 або 3 людьми). На сьогоднішній день ми обробили 182 речення.

Після обробки речення, а саме встановлення їх синтаксичної структури та визначення тих синтаксичних елементів, що повторюються на частіше, ми отримали попередні результати, які мають бути перевірені на більшому матеріалі. Ми ввели поняття *щільності* синтаксичних елементів, що враховує відносну кількість елементу в рефераті і вхідному тексті. Водночас, нами були підраховані розподіл важливих речень у вхідному тексті (напр., відмічено, що речення різних рефератів на один текст відрізняються один від одного позицією на 1 чи 2 речення).

Роботу планується продовжити на більшому матеріалі та з залученням синтаксичного аналізатору Connpexog.

Наукове видання

Матеріали студентської наукової конференції
філологічного факультету

Відповідальний за випуск

доц. М.І. Філон

Комп'ютерна верстка

О.Є. Ткач

Підп. до друку Формат 60x84 1/16. Папір офсетний
Друк різнографічний. Ум. друк. арк. 5,0. Обл.-вид. арк. 5,8
Тираж 20 прим. Ціна договірна

61077, Харків-77, пл. Свободи, 4,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Віддруковано ФОП "Петрова І. В."
61144, Харків-144, вул. Гв. Широнінців, 79-в, к. 137
Свідоцтво про держ. реєстрацію