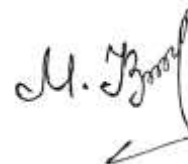


НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ МОВОЗНАВСТВА ІМ. О.О. ПОТЕБНІ

На правах рукопису



Ідзьо Мар'яна Володимирівна

УДК 811.162.1:159.925:070

**МОВНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВІЗАЦІЇ В ТЕКСТАХ
СУЧАСНИХ ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ**

10.02.03 – слов'янські мови

Дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Науковий керівник:

Лесюк Микола Петрович

доктор філологічних наук, професор

Київ – 2016

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	4
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЕКСПРЕСИВНОСТІ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНИЙ СТАН ВИВЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ	11
1.1. Екскурс в історію лінгвістичних досліджень експресивності мови ...	11
1.2. Становлення експресивності як складної лінгвістичної категорії	19
1.2.1. Диференціація понять <i>експресивність</i> / <i>емотивність</i> , <i>оцінність</i> / <i>інтенсивність</i> у славістичних наукових розвідках.....	23
1.2.2. Питання співвідношення <i>експресивності</i> / <i>експресії</i>	33
1.2.3. Вивчення поняття експресивності мови в різних галузях лінгвістики	38
1.3. Особливості лінгвістичних студій над засобами експресивізації в текстах ЗМІ.....	42
1.3.1. „Демократизація” мови.....	42
1.3.2. Еклектичний характер ЗМІ.....	45
1.3.3. Функції ЗМІ	45
1.3.4. Специфіка адресанта.....	49
1.3.5. Специфіка адресата.....	50
1.3.6. Вплив постмодерністської культури.....	52
ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ	54
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВІЗАЦІЇ В ТЕКСТАХ СУЧАСНИХ ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ.....	56
2.1. Експресивні можливості стійких словосполучень	56
2.1.1. Трансформація стійких словосполучень	57
2.1.2. Стійкі словосполучення як засоби інтенсифікації висловлення.....	71
2.1.3. „Гра” з багатозначністю компонента стійких словосполучень	74
2.1.4. Фразеологічні новотвори	78

2.2. Оказіональні неологізми	84
2.2.1. Оказіональні неологізми-лексеми	85
2.2.2. Оказіональні неологізми-словосполучення	98
2.2.3. Графічні okazіональні вживання слів	101
2.3. Структурно-семантичні зміни власних назв	105
2.3.1. Трансформація зовнішньої форми власних назв	107
2.3.2. Актуалізація внутрішньої форми власних назв	112
2.3.3. Експресивне „розшифрування” аббревіатур	114
2.3.4. Алюзивно-онімні контамінати	117
2.3.5. Прізвиська	120
2.4. Алюзії – засоби створення експресивного ефекту	123
2.4.1. Інтертекстуальні алюзії	124
2.4.2. Інтермедіальні алюзії	132
ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ	135
РОЗДІЛ 3. СЕМАНТИКО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВІЗАЦІЇ В	
ТЕКСТАХ СУЧАСНИХ ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ	137
3.1. Семантико-експресивні власні назви	138
3.1.1. Конотативні оніми	138
3.1.2. Пліуративні форми власних назв	153
3.1.3. Власні назви як елементи компаративних конструкцій	155
3.2. Експресивні тропи	159
3.2.1. Метафори	160
3.2.2. Компаративні конструкції	182
3.2.3. Оксиморони	187
ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ	190
ВИСНОВКИ	192
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	198

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

англ. – англійський

АОК – алюзивно-онімні контамінати

ВН – власна назва

ЗМІ – засоби масової інформації

КО – конотативний онім

пол. – польський

пор. – порівняти

СМ – синтаксична модель

СС – стійке словосполучення

укр. – український

ФО – фразеологічна одиниця

чес. – чеський

Скорочені назви польських часописів

DRz – Do rzeczy, **GW** – Gazeta Wyborcza, **N** – Newsweek, **P** – Polityka, **P-d** – Przegląd, **Prz** – Przekrój, **Rz** – Rzeczpospolita, **wS** – wSieci, **W** – Wprost.

ВСТУП

У мові відбиваються картина світу, пізнання людини суті життя, набутий протягом віків досвід. Мова виступає засобом спілкування та сприяє вираженню емоцій, почуттів, оцінюванню явищ, з якими стикається людина, волевиявленню, що реалізується в мовленні завдяки експресивності.

Певною мірою торкалися дослідження мовної експресивності такі лінгвісти, як: А. Вежбицька, Т. Скубалянка, Р. Гжегорчикова, С. Граб'яс, Г. Згулкова, Ш. Баллі, Я. Зіма, О. О. Потебня, В. М. Русанівський, М. М. Пилинський, С. С. Єрмоленко, Л. І. Шевченко, В. А. Чабаненко, Н. І. Бойко, Н. О. Дорогович, І. В. Арнольд, В. І. Шаховський, В. В. Виноградов, В. М. Телія. Експресивні можливості окремих засобів мови досліджували вчені Ж. В. Колоїз (на основі фразеологізмів), А. Цеслікова, М. Рутковський, Є. С. Отін, Є. А. Макаренко, В. І. Ільченко (на матеріалі власних назв), Є. Масловська, В. А. Чабаненко (на основі дериваційних процесів), В. М. Телія, О. Ф. Мінкова (на матеріалі тропів) та ін. Вивчення експресивних засобів медійного дискурсу репрезентовано дисертаційними дослідженнями українських мовознавців на матеріалі різних мов, зокрема іспанської (С. П. Коновець), німецької (Я. О. Мозгова), української (Т. Л. Коваль).

Наукові дослідження перелічених вище вчених становлять теоретичне підґрунтя пропонованого дослідження. Численні мовознавчі праці, присвячені вивченню проблеми експресивності, демонструють масштабність можливостей аналізу цього поняття.

Актуальність теми дисертації. Незважаючи на значну кількість праць, поняття експресивності залишається не до кінця вивченою науковою проблемою, оскільки взаємодія експресивності та нейтральності в мові є рушійним чинником розвитку мови й породження нових засобів вираження, які потребують лінгвістичного спостереження та аналізу. Системне дослідження мовних засобів експресивізації в текстах сучасних польських

ЗМІ поч. ХХІ ст. досі не проводилося. Найчастіше польські вчені вивчали експресивність словотвірного рівня польської мови на матеріалі художніх текстів, аналізуючи при цьому кодифіковані внутрішньо-експресивні мовні одиниці. Натомість у запропонованому дисертаційному дослідженні проаналізовано експресивні засоби польськомовних ЗМІ в динамічному аспекті як результати мисленнєво-мовленнєвої діяльності, що продукуються для конкретних текстів ЗМІ. Дисертацію побудовано на комплексному аналізі мовних засобів з галузі фразеології, ономасіології, ономастики, лінгвостилістики, когнітивістики, що дозволило простежити загальну картину, яка відображає тенденцію функціонування польської мови в сучасних медійних періодичних виданнях.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тему дисертації узгоджено з планами наукової роботи відділу слов'янських мов Інституту мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України і затверджено вченою радою Інституту мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України (протокол № 9 від 26.12.2013р.).

Мета дослідження полягає у виявленні структурно-семантичних та семантико-стилістичних засобів вираження змісту в мовленні авторів сучасних польських ЗМІ.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання низки **завдань**:

1) проаналізувати науковий доробок учених щодо вивчення поняття експресивності в лінгвістичній науці попередніх років; встановити обсяг понять *експресивність*, *експресія*, *експресивізація*; з'ясувати співвідношення понять *експресивність*, *емотивність*, *оцінність*, *інтенсивність*, *образність* як лінгвістичних категорій; вивчити специфічні характеристики ЗМІ, що впливають на спосіб функціонування мови;

2) визначити основні прийоми мовної експресивізації в текстах сучасних польських ЗМІ на основі стійких словосполучень;

- 3) виявити приклади авторського вживання okazіональних неологізмів і проаналізувати способи їх створення з погляду ономасіологічного підходу;
- 4) дослідити основні способи структурно-семантичної трансформації власних назв;
- 5) виявити експресивні можливості алюзій у польських медійних текстах;
- 6) вивчити експресивний потенціал семантичної структури власних назв у текстах польських ЗМІ;
- 7) схарактеризувати приклади метафоричних вживань, компаративних конструкцій, оксиморонів і їхню роль у процесі експресивізації польських медійних текстів.

Об'єкт дослідження – мовні засоби експресивізації в польських медійних текстах поч. ХХІ ст.

Предмет дослідження становлять структурно-семантичні та семантико-стилістичні прийоми, за допомогою яких здійснюється мовна експресивізація в текстах сучасних польських ЗМІ.

Матеріалом дослідження слугували різножанрові тексти газет та журналів Польщі: *Gazeta Wyborcza*, *Newsweek Polska*, *Polityka*, *Przekrój*, *Przegląd*, *Rzeczpospolita*, *Wprost*, *wSieci*, опублікованих 2001 – 2016 рр., на основі яких за допомогою методу суцільного виписування створено картотеку з 2500 мовними одиницями. Критеріями вибору для аналізу вищеперелічених періодичних видань були такі: 1) загальнопольська територія розповсюдження, 2) суспільно-політична тематична спрямованість, 3) рейтинг видань.

Мета, завдання та специфіка об'єкта визначили основні **методи дослідження**: ідентифікаційний метод для виявлення експресивних одиниць у тексті, описовий метод для інвентаризації та опису особливостей функціонування аналізованих одиниць, контекстний аналіз для виявлення умов функціонування мовних одиниць у конкретному словесному оточенні

та мовленнєвій ситуації, структурно-семантичний аналіз для вивчення трансформацій мовних одиниць на структурному та семантичному рівні, морфологічний аналіз із застосуванням ономасіологічного підходу для визначення мотивації творення експресивних мовних одиниць шляхом встановлення аналогій між експресивними мовними одиницями та відповідними ономасіологічними структурами польської мови, семантичний аналіз для виявлення конотативного значення у семантичній структурі мовних експресивів, лінгвокогнітивний аналіз з метою опису механізмів утворення когнітивної метафори.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що воно є першим комплексним аналізом мовних засобів експресивізації текстів польських ЗМІ поч. ХХІ ст. із залученням широкого соціолінгвістичного контексту, який є джерелом розуміння та обґрунтування особливостей побудови медійного тексту із застосуванням мовних прийомів цілеспрямованого акцентування на певній інформації. Такі прийоми в тексті є маркерами особливо напруженого емотивного, оцінного, образного значення, підкреслення логічного змісту повідомлення. Фактичний матеріал ілюструє активний стан функціонування польської мови, нові процеси, що в ній виникають (у галузі як лексичної неології, так і фразеологічної), можливості мовних елементів зумовлювати експресивні характеристики медіа-текстів. У дисертації набуло подальшого розвитку вивчення конотативних вживань власних назв, концептуальної метафори в польській медійній сфері.

Теоретичне значення дисертації полягає в тому, що здійснені в ній узагальнення доповнюють та поглиблюють знання про лінгвопрагматико-стилістичну категорію експресивності. Уточнено значення та обсяг понять *експресивність*, *експресія*, запропоновано надання *експресивізації* статусу окремого поняття. Проведений комплексний аналіз дозволяє простежити закономірності функціонування сучасної польської мови на шпальтах польських газет і журналів, зокрема продемонструвати можливості

словотвірних, трансформаційних, образотворчих процесів на основі мовних одиниць польської мови. Результати аналізу можуть бути застосовані в теоретичному вивченні особливостей і закономірностей функціонування мови в ЗМІ.

Практичне значення одержаних результатів дослідження пов'язане з можливістю використання мовного матеріалу в лекційних курсах, присвячених проблемам фразеології, ономасіології, ономастики, лінгвостилістики, когнітивістики, прагматики, теорії мовної гри. Випадки експресивного застосування мовних одиниць у журналістській практиці можуть слугувати джерелом для викладання курсів з редакторської діяльності. Зібрані з текстів польських ЗМІ мовні одиниці можуть використовуватися як ілюстративний матеріал для вивчення польської мови як іноземної у школах і вищих навчальних закладах України.

Особистий внесок здобувача. Систематизація, класифікація та аналіз засобів реалізації експресивності здійснено в результаті самостійних спостережень та узагальнень дисертантки, які й відображено в одноосібних публікаціях.

Апробація результатів дисертаційного дослідження. Результати пропонованого наукового дослідження були представлені на III Міжнародній науково-практичній заочній інтернет-конференції „Лінгвокогнітивні та соціокультурні аспекти комунікації” (17 жовтня 2014 р., м. Острог); XIV Міжнародних славістичних читаннях, присвячених пам'яті академіка Л. А. Булаховського (25 квітня 2014 р., Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ); під час наукового стажування в Інституті філології Вроцлавського університету в межах „Стипендійної програми для молодих науковців” (жовтень 2014 – червень 2015 рр., Республіка Польща); Загальнопольській конференції студентів та аспірантів „Проблеми й завдання сучасного мовознавства XI: Мова – дискурс – комунікація” (10 – 12 квітня 2015 р., м. Карпач, Польща), виступ на Раді молодих учених Інституту

мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України (19 листопада 2015 р., Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні, м. Київ); на V Міжнародній інтернет-конференції молодих учених і студентів „Глухівські наукові читання – 2015” (25 – 27 листопада 2015 р., Глухівський національний педагогічний університет імені О. Довженка, м. Глухів); Міжнародній інтернет-конференції „Когнітивна лінгвістика у Вроцлаві”) (3 – 6 грудня 2015 р., Вроцлавський університет, м. Вроцлав, Польща); XV Міжнародній науковій конференції „Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація. 2016-й – рік англійської мови” (5 лютого 2016 р., Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків); виступ на Фестивалі науки Інституту мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України (19 травня 2016 р., Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні, м. Київ); I Міжнародній науковій конференції „Слов’янські студії” (24 – 26 травня 2016 р., Чорноморський державний університет імені П. Могили, м. Миколаїв); II Всеукраїнській міждисциплінарній конференції студентів, аспірантів і молодих учених „Мовний простір слов’янського світу: досвід і перспективи” (27 травня 2016 р., Національний університет „Києво-Могилянська академія”, м. Київ).

Публікації. Основні теоретичні та практичні положення дисертації викладено в 11 одноосібних публікаціях, 6 із яких надруковані в затверджених ДАК України фахових виданнях; 1 публікація, надрукована в закордонному науковому виданні.

Обсяг і структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури (загальна кількість – 247 позицій). Загальний обсяг дисертації – 222 сторінки, з них основного тексту – 193 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЕКСПРЕСИВНОСТІ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНИЙ СТАН ВИВЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ

1.1. Екскурс в історію лінгвістичних досліджень експресивності мови

Під час вивчення експресивних можливостей мови вчений-лінгвіст стикається зі складністю досліджуваної проблеми, яка виникає насамперед через „всеохопність” і „всюдиприсутність” експресивності. Під „всеохопністю” і „всюдиприсутністю” експресивності треба розуміти можливість виникнення й існування її на різних мовних рівнях, починаючи від фонетичного й закінчуючи організацією цілого експресивного блоку на рівні тексту або й дискурсу. Це й дає можливість дослідження експресивності в межах різних підрозділів мовознавчої науки (фонології, семасіології, лексикології, фразеології, синтаксису, стилістики тощо).

Початковий етап дослідження експресивних можливостей мови / мовлення пов'язаний з мовознавчими студіями представників „ідеалістичної” лінгвістики (К. Фосслер, Б. Кроче), Празької лінгвістичної школи (Й. Вахек, Р. Якобсон, М. С. Трубецькой) і Женевської лінгвістичної школи (Ш. Баллі). Однак зародження лінгвістичного зацікавлення експресивними можливостями мови, на нашу думку, варто шукати в ідеї мови як засобу вираження думки, безперервній динамічній і творчій діяльності людини. Такі ідеї репрезентовані в лінгвістичному вченні німецького вченого В. фон Гумбольдта, українського мовознавця О. О. Потебні. Звернімося до праць цих визначних учених у міру дотичності до проблеми аналізованої експресивності.

У працях В. фон Гумбольдта мова розуміється не як продукт діяльності (Ergon), а як сама діяльність (Energeia). При цьому автор пояснює, що „діяльна матерія мови — це, з одного боку, звук взагалі, а з іншого —

сукупність почуттєвих вражень і мимовільних рухів духу, що передують формуванню поняття, які здійснюються за допомогою мови” [23, с. 73]. В. фон Гумбольдт безпосередньо не наголошує на виражальних можливостях мови і навіть не підкреслює виражальну (експресивну) роль мови у людській комунікації. Учений розглядає функціонування мови як процес для позначення предметів і засіб спілкування [23, с. 69], тобто номінацію і комунікацію. Однак власне ідея про духовне начало мови, яке у вченого пояснюється як внутрішня форма мови, зумовлює погляд на істоту мови як на засіб зовнішнього вияву внутрішнього стану кожного індивіда зокрема і народу загалом. Підтвердженням можуть послужити слова вченого: „було б, однак, неправильно розглядати її [внутрішню форму мови – М. І.] як продукт розуму, що не має реального буття. Насправді вона ж репрезентує суто індивідуальний порив (Drang), за посередництва якого той чи той народ втілює в мові свої думки і **почуття** [виокремлення наше – І. М.]” [23, с. 71]. Отже, вчений торкається питання вираження в мові не тільки думки (мислення), але й почуття людини, хоча конкретно не розділяє ці два процеси. Неодноразово можна помітити у праці автора наголошення на почуттєвих проявах у мовленнєвій діяльності. Так, В. фон Гумбольдт пише, що „душі наймогутніші і найраниміші, найглибші і найбагатші у своєму внутрішньому житті, насичують мову своєю силою і ніжністю, глибиною і сердечністю, і вона повертає зі свого лона родинні звучання, які здатні відтворювати в інших такі ж настрої” [23, с. 55]. Як бачимо, науковець звертає увагу на функціональність мови як засобу впливу, на її імпресивну функцію.

О. О. Потебня пояснював процес формування слів як результат дії почуттів (вражень), які виникають у людини, знаходять втілення під час вимови у звуках і згодом стають основою нового слова. В утвореному слові почуття, які супроводжували звуки, формують згодом його думку, внутрішню форму. У ономапопеїчному слові внутрішньою формою завжди є

почуття, так само як і в інших словах почуття, асоціації та враження, які зумовлює позначуваний предмет у мовця, є основою для його найменування [96, с. 110].

В. фон Гумбольдта та О. О. Потебню, на нашу думку, можна вважати прекурсорами досліджень експресивності як лінгвістичного феномена. Учені, почавши розглядати мову через призму людини (генератора мови), заклали основу для подальших учень у цьому руслі.

На стику XIX – XX ст. назріла необхідність пошуку нових способів вивчення мови, концепцій дослідження і зміни наукової лінгвістичної парадигми, внаслідок якої міняється спосіб трактування мовного явища з погляду структуралістичного підходу на функціонально-антропоцентричний. Сукупність цих факторів стала передумовою для розвитку наукового пояснення експресивних можливостей людської комунікації.

Напрямок молодогограматизму, який здійснив вагомий внесок у метод порівняльного мовознавства, вивчення мови в історичному аспекті, формуванні підходів етимологічного аналізу та прийомів реконструкції мови [231, с. 473], однак вичерпав свої можливості для відповідей на назрілі нові запитання. Мова як явище змінне потребувала пояснення в динамічному аспекті. Так утворилася школа „ідеалістичної” лінгвістики, найвідомішими представниками якої стали італійський філософ Б. Кроче та німецький лінгвіст К. Фосслер. Звернувшись до вчень В. фон Гумбольдта, дослідники пов’язували мовні процеси з діяльністю людської свідомості, „духу” та звертали увагу на роль мови в житті людини [31, с. 143], тому школа й була названа „ідеалістичною”.

Учені розвивали теорію експресивної природи мови, згідно з якою експресія є явищем, що охоплює кожен прояв мовної діяльності. Звідси переконання, що основною функцією мови є її експресивна функція. Мова розглядалася як безперервна творча діяльність, як процес передачі вражень, накопичених людиною протягом життя у своєму психологічному організмі

[65, с. 150]. Про це свідчать такі слова Б. Кроче: „мова є невинна творчість. Те, що отримує одного разу словесне вираження, повторюється лиш як відтворення чого-небудь уже створеного; все нові і нові враження вносять безупинні зміни звуків і значень або все нові і нові вирази [...] Кожен говорить і повинен говорити відповідно до тих відзвуків, які пробуджують певні речі в душі або ж відповідно до своїх вражень” [65, с. 155]. К. Фосслер, формуючи власну лінгвістичну концепцію зі зверненням до естетики Б. Кроче, визначає мову як певну психологічну категорію, яка виникає тільки там, де є граматичні „зачатки”, які використовуються силою душевного імпульсу окремого мовця [123, с. 73]. Отже, у філософських поглядах „ідеалістичної” лінгвістики експресивність визначається **іманентною** властивістю мови, а будь-який прояв мовленнєвої комунікації трактується як експресивний.

Концепції Б. Кроче та К. Фосслера знайшли своє продовження в теорії мовленнєвих жанрів М. М. Бахтіна. Вчений будує теорію на думці, що „мовленнєвий жанр – це не форма мови, а типова форма висловлення; при цьому кожен мовленнєвий жанр пройнятий типовою жанровою індивідуально-авторською експресією або ж відголоссям чужої індивідуальної експресії” [7, с. 283]. Відтак експресія, у розумінні М. М. Бахтіна, є явищем індивідуальним, яке залежить від мовця і проявляється в конкретному мовленнєвому жанрі, контексті й комунікативній ситуації [7, с. 281].

У теорії мовленнєвих актів Дж. Серля окреме місце серед іллокутивних актів займають експресиви. Іллокутивна мета експресивів спрямована на передачу психологічного стану, що „виникає за умови щирості щодо стану речей, що визначається в межах пропозиційного змісту” [106, с. 183], тобто експресиви є індикаторами психологічного, емоційного стану мовця згідно з етикетом (співчуття, вітання, вибачення) [231, с. 194]. До експресивів автор відносить такі дієслова англійської мови, як: *thank* ‘дякувати’, *congratulate*

‘поздоровляти’, *apologize* ‘вибачатися’, *condole* ‘співчувати’, *deplore* ‘жаліти’, *welcome* ‘вітати’ [106, с. 183]. Згідно з таким розумінням експресивність висловлювання є способом оформлення модального значення.

О. І. Свінціцька у дисертаційному дослідженні стверджує, що естетична концепція Б. Кроче дала поштовх подальшому вивченню експресивних ознак комунікації [100, с. 9]. Авторка доводить гіпотезу, що ідея про складний „експліцитний намір” Дж. Остіна, ідея „комунікативного наміру” П. Стронсона, експресиви Дж. Серля та ідея про асоціативність вербально-знакової репрезентації дійсності в комунікації Е. Сепіра є не що інше, як розвиток погляду Б. Кроче на комунікацію як на естетичний феномен. Тому експресиви Дж. Серля є завершальним елементом пошукового ланцюга Кроче – Остін – Стронсон – Серль [100, с. 9]. Крім цього, дослідниця наполягає на думці, що концепція Б. Кроче є актуальною на сучасному етапі комунікативної діяльності, оскільки з розвитком мережі каналів мас-медіа та зі збільшенням їхньої позиції повсякденне життя людини переповнене найрізноманітнішими „експресивно-візуальними практиками (реклама, медіа-арт тощо), які оперують візуальними образами як „експресивною формою” [100, с. 8].

Вивчення експресивності у стилістиці пов’язано насамперед з мовознавчою діяльністю представника Женевської лінгвістичної школи Ш. Баллі [143]. Розробляючи курс стилістики французької мови, учений визначає засоби створення експресивності. Наприклад, мовознавець описує сукупність таких прийомів увиразнення мови й мовлення, як метафора, метонімія, порівняння, тавтологія тощо.

Інтерпретація експресивності у вченнях Празької лінгвістичної школи пов’язана з виокремленням експресивної фонології. М. С. Трубецькой, виділяючи два окремі підрозділи науки про звуки – фонетику та фонологію, – дійшов висновку, що й у межах фонології потрібно виокремити розділ про експресивні фонологічні засоби, називаючи його фонологічною стилістикою

й трактуючи як розділ звукової стилістики [120, с. 34]. Експресивність, у розумінні вченого, є характеристикою мовця, інформацією, яку можна почерпнути про мовця через його мовлення (наприклад, належність до вікової групи, того чи того суспільного класу, стать, рівень освіти, походження мовця тощо). Для пояснення природи експресивної фонології М. С. Трубецької удається до порівняння цього розділу науки про мову з етнографією. Як етнографію цікавить будь-яка незначна деталь в одязі для того, наприклад, щоб відрізнити заміжню жінку від незаміжньої, так і для експресивної фонології важливими є найменші фонологічні особливості мовця, що дають змогу закваліфікувати його до конкретної суспільної групи [120, с. 25].

Схожий погляд на експресивність знаходимо в поясненні експресивної функції мови В. Пісарека в довідниковому джерелі „Енциклопедія польської мови”: „Експресивна функція полягає у виявленні за допомогою мовного висловлення певних рис мовця. Пов’язується це з фактом, що певні риси мовця на підставі причинного зв’язку відповідають визначеним фізіологічним і психічним рисам мовця і тому становлять сигнали для слухача про його фізіологічний і психічний стан. До таких рис висловлення мовця належить: забарвлення голосу, його сила, висота, спосіб вимови деяких звуків і т.д. На основі цього можемо розпізнати стать мовця, його вік, психологічний стан тощо” [243, с. 106].

Вчені Празької школи звертають увагу на експресивність фонетичного рівня мови як особливе розташування звуків і на лексичну експресивність, яка може входити в межі значення слова і впливати на його звуковий склад (суфікси тощо), та експресивність, що виникає внаслідок зміни значення слова і виявляється в контексті [226, с. 258], тобто вчені розглядали й семасіологічні аспекти експресивності. Отже, пражці заклали основу для виділення двох типів експресивності: інгерентної (внутрішньо притаманної мовному знакові) та адгерентної (набутої властивості мовного знаку).

Представникам Празької лінгвістичної школи належить вагома заслуга інтерпретації мови як функціональної системи засобів вираження, що служать конкретній меті. Відтак розробляється теорія функцій мови та функціональних стилів, хоча найбільшу увагу вчені зосереджують на вивченні стилю художньої літератури. На відміну від ідеалістів К. Фосслера та Б. Кроче, які пріоритетною в художньому тексті вважали експресивну функцію мови і мову розглядали як мистецтво експресивного вираження, пражці на перший план висувають естетичну функцію, пояснюючи її сутність в особливій побудові мовних знаків для виникнення естетичного ефекту [85, с. 135]. Експресивна функція разом з зображальною й апелятивною об'єднана під спільним позначенням „практичні функції”, тобто такі, які служать для практичних цілей мовця у процесі комунікативної діяльності загалом. Експресивну функцію Я. Мукаржовський розглядає, услід за К. Бюллером, як таку, що спрямована на мовця та на передачу його інтенцій через мовний знак [85, с. 135].

Теорію функцій мови розробляв Р. Якобсон. Однак у нього експресивна функція ототожнюється з емотивною [138]. Таке ототожнення не є поодиноким, а знаходить низку прихильників серед мовознавців. Наприклад, не розрізняє дію названих функцій мови і Р. Гжегорчикова [168]. В. О. Аврорін говорить про експресивну функцію у вузькому значенні (як про вираження почуттів, емоцій) та у широкому значенні (як про вираження будь-якої людської думки) і відносить її до ряду функцій, що виконує мова, а не мовлення поряд з комунікативною, конструктивною (формування думки) й акумулятивною (накопичення суспільного досвіду і знань) функціями [1, с. 44]. Класифікація функцій мови є не менш дискусійним питанням, ніж поняття експресивності. Перегляд і коментування численних розвідок, що пропонують розв'язання цієї проблеми, могло б набути обсягу окремого підрозділу. Оскільки співвідношення експресивної та емотивної функцій є дотичним до міркувань, які висвітлюємо в підрозділі 1.2.1. цього розділу, тут

тільки накреслимо горизонт власних поглядів. Вважаємо за доцільне розмежовувати дві функції. Емотивна функція проявляє свою дію у випадках реалізації емоцій у мові, а експресивній функції варто відвести місце для підсилення смислового навантаження висловлення, у тому числі й емотивного.

Незначний історичний екскурс у наукові дослідження, що пов'язані певними аспектами з аналізованою проблемою у пропонованій праці, підтверджує різноманітність інтерпретацій експресивних проявів у мові / мовленні в наукових пошуках кінця XIX – середини XX ст. Зацікавлення можливістю виражати внутрішні порухи душі в мові слід вбачати ще у XIX ст. у вченнях В. фон Гумбольдта, О. О. Потебні. Згодом на межі XIX – XX століть через зміну поглядів на мову відбувається звернення до її виражальних можливостей у призмі естетичних концепцій Б. Кроче та К. Фосслера. Дж. Серль, продовжуючи розробку теорії мовленнєвих актів, виділяє окремий тип іллокутивного акту – експресиви. Стилїстика французької мови Ш. Баллі закладає підґрунтя для традиційного вивчення і пояснення експресивних мовних засобів як фігур художнього мовлення. Незвичні можливості звукового оформлення мови зумовили виділення окремого підрозділу експресивної фонології, що здійснив М. С. Трубецькой.

Полідисциплінарні можливості вивчення поняття експресивності зумовили виникнення різних підходів до пояснення цього поняття та вплинули на становлення експресивності як складної лінгвосемантико-стилістичної категорії, що й спробуємо проаналізувати в наступному підрозділі цього дослідження.

1.2. Становлення експресивності як складної лінгвістичної категорії

Умовно від 50 – 60 рр. XX ст. вивчення експресивності стає більш закономірним, систематичним і набуває характеру самостійного об'єкта лінгвістичних досліджень – найчастіше у галузі семасіології та стилістики.

Експресія та експресивність неодноразово розглядалися в розвідках польських лінгвістів. Найповніше дослідженою в польському мовознавстві є словотвірна експресивність. Цьому типу експресивності присвячені ґрунтовні монографії таких учених, як Б. Крея, який вивчав експресивні іменники з формантами *-ik*, *-k-*, *-isko*, *-ina* [179] та *-szczyzna* [180], С. Вархол, який проаналізував діахронний аспект розвитку іменників, прикметників, числівників і дієслів з різними формантами у трьох групах слов'янських мов (на матеріалі польської, чеської, словацької, верхньо- та нижньолужицької, української, російської, білоруської, македонської, болгарської та ін.) [209] і стверджував, що формування експресивних номінацій на кожному етапі мовного розвитку підпорядковується окресленим правилам конкретної мовної системи, з нею внутрішньо пов'язується і з неї впливає [209, с. 155].

Досліджували експресивність і інші вчені. Наприклад, С. Граб'яс у монографії „Про експресивність мови. Експресія і словотвір” визначає експресивний знак як семіотичний, за допомогою якого мовець виражає ставлення до навколишніх явищ або в якому незалежно від інтенцій мовця проявляються риси його особистості [165, с. 28]. В інших працях учений з'ясовує місце експресивного складника в лексичній структурі мовного знака й аналізує експресивність як ознаку соціально маркованого мовлення [162 – 164; 166].

Експресивним особливостям семантичної деривації іменників польської мови присвячує праці Е. Масловська [186; 187]. Дослідниця вивчає іменники, утворені метафорично й метонімічно, чим і пояснює їхні експресивні властивості.

Певною мірою торкалася питання експресивності польська вчена А. Вежбицька, аналізуючи проблеми мовної експресії у світлі моделювання емоційних станів мовця [215; 217]. Р. Гжегорчикова у статті „Семантична структура експресивних виразів” під *експресією* та *експресивністю* розуміє ознаки певного типу текстів (насамперед, поетичних), функцією яких є вираження емоційного зворушення автора та зумовлення такого зворушення в читача [169, с. 117]. Г. Згулкова досліджує лексичний різновид експресивності [222; 223]. А. Цєслікова [152] та М. Рутковський [194; 198] простежують механізми експресивності ономастичних одиниць польської мови.

Серед західноєвропейських мовознавців необхідно назвати Ш. Баллі. Вчений пояснює експресивність у широкому значенні як властивість, притаманна індивідуальному мовленню й залежна від ситуації, та у стилістичному аспекті як фігури мови (метафори, порівняння, перифрази тощо). Механізм експресивності, у розумінні Ш. Баллі, – це засоби, які характеризуються двома ознаками: інтелектуальністю та алогічністю [143].

Серед чеських лінгвістів проблемою зображальних засобів мови займався Я. Зіма [224], який на матеріалі текстів чеської художньої літератури простежив потребу розрізнення типів експресивності: інгерентної, адгерентної, контекстуальної. М. Іванова-Шалінгова [171] пояснює експресивність як явище, що має опозиційний характер. Опозиція, на її думку, ґрунтується на наявності або ж відсутності експресивної ознаки в мовних явищах (чес. *expresivní příznak*). Експресивні ознаки вона вважає доцільним розрізняти у статистичному й динамічному аспектах, тому поділяє їх на константні (лексикалізовані, об’єктивно-афективні) та актуалізовані (нелексикалізовані, суб’єктивні).

До числа українських учених-мовознавців, які торкалися цього питання належать О. О. Потебня [96], В. М. Русанівський [99], М. М. Пилинський [94; 95], С. С. Єрмоленко [31], С. Я. Єрмоленко [32]. Словотвірні та

стилістичні аспекти експресивних засобів української мови стали предметом студій В. А. Чабаненка [126 – 128]. Ґрунтовний аналіз експресивної лексики української мови здійснила Н. І. Бойко і представила результати дослідження у монографії [13] і тематичних статтях [11; 12]. Експресивні засоби поетичного мовлення окремих авторів піддалися аналізу А. І. Бондаренко (дослідження експресем поетичної мови В. Стуса) [15] та Н. О. Дорогович (дослідження мовної експресії поезії українського резистансу) [28; 29]. М. П. Лесюк аналізував мовні засоби, які виражають негативну характеристику людини в гуцульських говірках [72] і конотативно-експресивну лексику в „Русалці-Дністровій” [71]. Особливості конотативних вживань ВН та експресивно-стилістичні властивості ономастичної лексики досліджував Є. С. Отін [90; 91], явища конотативних нашарувань власних назв аналізував О. О. Тараненко [113], експресію імені в українських ЗМІ досліджував з погляду стилістики [48] В. І. Ільченко. Особливості засобів вторинної номінації як джерела експресивності проаналізувала О. Ф. Мінкова, представивши результати в монографії [82].

У російському мовознавстві проблеми експресивності торкалися В. І. Шаховський [132; 133], Л. М. Васильєв [16; 17], І. В. Арнольд [2; 3]. Рефлексії над експресивністю російської мови також репрезентовані в колективній монографії „Людський фактор у мові: Мовні механізми експресивності” [118], у якій зібрані висновки досліджень В. М. Телії, Т. О. Трипольської, В. А. Маслової та ін. Цінною під час вивчення мовної експресивності є монографія В. М. Телії [114] і статті авторки [115 – 117].

Зацікавлення експресивними засобами медійних текстів спостерігаємо у дисертаціях українських мовознавців на матеріалі різних мов, а саме: С. П. Коновець (досліджувала актуалізацію фразеологізмів в іпанській мові [58]), О. В. Мозгової (аналізувала мовностилістичні засоби в німецькій мові [83]), Т. Л. Коваль (здійснила комплексну класифікацію засобів створення експресивності на всіх рівнях системи української мови дискурсу преси [53]).

Окремі спостереження над функціонуванням засобів експресивності текстів ЗМІ містяться у статтях Л. І. Шевченко [134], Г. В. Шаповалової [130], Ж. В. Колоїз [54; 56], Л. А. Кудрявцевої [67] та ін.

Про необхідність трактування експресивності як семантичної категорії наголошує В. І. Шаховський, стверджуючи, що „уніфіковане використання в лінгвістичних працях різних за змістом термінів „емотивність” і „експресивність” надзвичайно важливе для розуміння проблем, пов’язаних з аналізованими тут категоріями [експресивності й емотивності – М.І.] і виокремленням емотивної і експресивної функцій мови, які також не виправдано ототожнюються” [132, с. 15]. Український мовознавець Н.І. Бойко вважає, що вихід у науковий простір статті академіка В. В. Виноградова (1953 р.) дав поштовх до теоретичного осмислення проблеми експресивності (експресії) як семантичної категорії [13, с. 16]. Саме у цій статті, як підкреслює авторка, уперше здійснено розрізнення окремих типів лексичних значень, розмежування номінативних і неномінативних речень і надано експресивно-синонімічному значенню статусу окремого типу значень [13, с. 16]. Важко не погодитися з дослідницею, однак слід уточнити, що експресивність формувалася як складна комплексна категорія в галузі як семантики, так і стилістики під впливом кількох чинників. Зокрема, важливим є той факт, що полідисциплінарні можливості вивчення поняття експресивності зумовили виникнення різних дискусійних питань, вирішення яких вплинуло на формування категорійного статусу експресивності. До таких дискусійних питань належать: з’ясування обсягу понять *експресивності*, *емотивності*, *оцінності*, *інтенсивності*, *образності* та взаємовідношення між ними, розмежування *експресії*, *експресивності*, дослідження експресивних проявів у межах стилістики, лексикології, прагматики, когнітивних вчень тощо. Розглянемо ці питання докладніше.

1.2.1. Диференціація понять *експресивність* / *емотивність*, *оцінність* / *інтенсивність* у славістичних наукових розвідках

У термінологічних довідниках польської та української мов значення терміна *експресивність* і дотичних до нього термінів *експресія*, *експресивний* найчастіше пояснюється як „вираження душевних переживань; зовнішня ознака почуттів” [245, с. 688], „підкреслене виявлення почуттів, переживань” [227, с. 74], „виразність, підкреслена почуттєвість мови” [233, с. 57]. Крім цього, польський термін *ekspresywnizm* тлумачиться як „вираз, який не тільки позначає якийсь предмет (рису або дію), а також той, що виражає емоційне ставлення до нього” [242, с. 87]. В українській мові *експресема* (*експресив*) пояснюється як „емоційно забарвлена лексема, яка слугує для опису почуттів, а також для передачі емоційних відтінків в оцінці явищ, подій, людей” [див.: 228, с. 65]. Відтак експресивність найчастіше ототожнюється з емоційністю і пояснюється через призму емоційного стану мовця. Таке ототожнення здійснюється не випадково, а цілком логічно та вмотивовано з погляду психологічних характеристик двох названих властивостей мовлення.

Історія вивчення експресивних характеристик людини сягає ще часів давньогрецьких філософів Арістотеля та Гіппократа, які розробили вчення про фізіогноміку. На зміну цьому вченню прийшла наукова гіпотеза Ч. Дарвіна про виникнення виразних рухів у процесі еволюції як одного з механізмів пристосування та вираження [234, с. 123]. Ч. Дарвін, а також І. М. Сеченов, як стверджує Т. С. Кириленко, довели, що фізіологічні реакції організму людини втілюють внутрішній зміст особистості, але не супроводжують емоції [52, с. 70]. Тому у психології емоційність та експресія (а не експресивність!) є двома фазами одного процесу, а саме: передачі внутрішнього життя людини. Однак експресія є силою, з якою проявляються почуття, її зовнішнім проявом [234, с. 123]. Емоційність – це одна зі сфер вияву темпераменту особистості, що відбиває явища та події, які мають особливе значення для суб'єкта. Вона пов'язана зі спрямованістю

мотиваційної сфери, світоглядом, ціннісними орієнтаціями суб'єкта [234, с. 126]. На зовнішньому рівні емоції проявляються як експресивні й імпресивні реакції – виразні показники, сигнали, коди, за допомогою яких відбувається „розшифрування” інформації про емоційний стан суб'єкта під час ситуації спілкування. До експресивних реакцій відносяться сильні рухи (міміка – виразні рухи обличчя, пантоміміка – виразні рухи тіла, голосові реакції – інтонація, тембр голосу) та мікрорухи – це тремор, реакція зіниць, зміна положення брів і губ людини [52, с. 69] тощо.

Таким чином, не заглиблюючись надто докладно у психологію емоцій, оскільки ця галузь науки є надзвичайно об'ємною та багатою, підкреслимо важливе для наших розмірковувань твердження про те, що емоції є психологічними властивостями, виникають на психомисленнєвому рівні, натомість експресія базується на фізіологічних процесах і є реакцією тіла на діяльність психіки. Хоча емоції й експресія разом становлять єдиний психофізіологічний механізм функціонування людини, однак не є тотожними поняттями. Ймовірно, що саме спільне психологічне підґрунтя емоцій, афективних станів, експресії зумовило в мовознавчих дослідженнях вузьке трактування експресивних реакцій у світлі емотивних проявів.

Відтак ще у 50 – 60 рр. XX ст. у працях мовознавців експресивність розглядалася виключно через призму емоційного аспекту мови. Абсолютно ототожнював експресивність з емотивністю Ш. Баллі. Вчений аналізував експресивність як дію емоційного мислення [143, с. 145]. Вивчення механізмів виникнення експресивності мовознавець пов'язував насамперед з аналізом афективності мови як натуральним і безпосереднім проявом суб'єктивних форм людського мислення через переживання, прагнення, волю, ціннісні орієнтації [143, с. 145]. А. Вежбицька, хоча й розрізняє експресію емоцій, волі та суджень, все ж таки стверджує, що проблема вивчення функціонування експресивних елементів є насамперед проблемою моделювання емоцій [217, с. 35]. Тому, як видно з подальших праць вченої,

вона працює в напрямі дослідження вербалізації емоцій у польській та російській культурах.

Диференціація аналізованих понять у мовознавстві припадає на 70-ті рр. XX ст. Саме з цього умовного періоду вчені починають пошук спільних і відмінних ознак експресивності, емотивності, оцінності, який триває й досі.

Перші спроби розмежування понять *експресивності* й *емоційності* здійснила російська дослідниця Є. М. Галкіна-Федорук. У статті [20] авторка висунула твердження про те, що „емоційні ж засоби мови завжди експресивні, але експресивні засоби не завжди можуть бути емоційними” [20, с. 124]. Це твердження набуло дещо аксіоматичного характеру і застосовується мовознавцями для пояснення співвідношення експресивності й оцінності, експресивності й образності тощо (хоча, на нашу думку, не завжди є доцільним, що й пояснюємо нижче). Наприклад, у дисертаційному дослідженні Я. О. Мозгової знаходимо наукове твердження, що „експресивним є будь-яке образне мовлення, тоді як експресивне мовлення не завжди є образним” [83, с. 21].

В. І. Шаховський підкреслює спільну мотивованість експресивності, емоційності фонетичними, морфологічними, семантичними мовним засобами. Однак учений вважає, що експресивність – це підсилення активної, впливової, вражаючої сили висловлювання, його характеристика. Емотивність, натомість, служить тільки для передачі почуттів людини, її ставлення до позначуваного [132, с. 17]. Однак, розрізняючи *експресивність* / *емотивність*, мовознавець все ж таки пояснює експресивність через інтенсивність, а емотивність через оцінність. За його словами для експресивної функції релевантною є опозиція *сильніше* : *слабше*, а для емотивної – *добре* : *погано* [132, с. 17].

Схожим є погляд Н. О. Лук'янової, яка стверджує, що експресивність – це вираження якісно-кількісних характеристик явищ, а емоційність – тільки вираження почуттів суб'єкта [77].

В. Н. Цоллер емотивність пов'язує з психологічною стороною людської діяльності та здатністю вербалізувати емоційний стан мовця у слові, відображаючи емоційну картину світу; оцінність натомість пов'язана з категоріями цінності та оцінки (сфера аксіології) і передає ціннісну картину світу [124]. Експресивність пов'язана зі здатністю людського мислення вловлювати й виділяти факти, явища, дії, якості за ознакою нерегулярності, незвичності, інтенсивності й відображає образну картину світу мовця [124, с. 49]. Такі висновки вченого є доказом відмінної природи виникнення експресивності, емотивності й оцінності мови, що й зумовлює логічне розрізнення відповідних мовних властивостей.

Не менш важливим для закріплення за експресивністю статусу самотійної категорії послужило наукове зацікавлення оцінністю, емотивністю, інтенсивністю як окремими самотійними об'єктами досліджень. Для сформування подальшої власної позиції у цій праці щодо визначення співвідношення аналізованих понять пропонуємо простежити сукупність мовних засобів, які є об'єктами дослідження кожної з названих вище категорій у лінгвістичних працях.

У розробці теорії емотивності серед дослідників польської мови найперше варто вказати на науковий доробок А. Вежбицької [215; 217]. Мовознавець розробила теорію мовних універсалій на різних групах лексики, у тому числі й назвах емоційних станів. Дослідження вченої базуються на аналізі емоцій через культурний феномен. Мовні універсалії репрезентують базові емоційні стани для різних мов. Семантика та концептуалізація емоцій польської мови (а також дотично української та російської) висвітлена у працях українського полоніста Л. І. Ніколаєнко [86 – 88]. Семантичне поле назв емоційно-афективних станів з'ясовувала в дисертаційному дослідженні І. А. Аскерова [5]. Проблеми емотивної мови вивчав також В. І. Шаховський [131]. Групу лексики, що називає емоції через аналіз їхньої внутрішньої

форми в українській мові, дослідив П. О. Селігей. Результати дослідження вченого подані в дисертації [103].

Категорія емотивності на мовному рівні пов'язана з психологічно зумовленою емоційністю. Недаремно за традиційного підходу відбувається розрізнення емотивності як мовної категорії, а емоційності як психологічної [131]. Крім того, здійснюється диференціація емотивного й емоційного дискурсів як різних видів мовленнєвої діяльності. Отже, під емоційним дискурсом розуміють „непідготовлену „Его” – мотивовану діалогічно / монологічну мовленнєву діяльність в емоційно-детермінованій ситуації, що виникає в результаті спонтанного прояву емоцій (переляк, стрес, відрaza, невдоволення, радість, смуток, страх, розпач, гнів тощо) і супроводжується відповідними невербальними проявами – виразом обличчя, очей, сльозами, криком, сміхом, рухами тіла тощо” [21, с. 27], а емотивний дискурс – це, як пише Я. В. Гнезділова, результат мовленнєвої діяльності, який мотивований, заздалегідь спланованим монологічним мовленням, що реалізується в умовах емоційно-детермінованої ситуації, спрямованої на створення бажаного для мовця емоційного стану адресата [21, с. 27].

Об'єктами аналізу категорії емотивності мови є два блоки мовних засобів, а саме:

1) слова, що називають емоції (наприклад, *radość, smutek, szczęście* – нейтрально-експресивні);

2) мовні одиниці, що служать засобами дескрипції емоцій (наприклад, *skamieniał ze strachu, oblał się ze wstydu rumieńcem, przewracają się w kimś bebeczy, flaki* – експресивно-забарвленні, які завдяки образним характеристикам вербалізують емоційні стани мовця, пор. нейтрально забарвлені відповідники *znieruchomić ze strachu, poczerwienieć ze wstydu*). Як бачимо, перший блок мовних фактів не пов'язаний з аналізом експресивних характеристик, однак другий безпосередньо стосується експресивної наснаги мови.

Категорія оцінки проаналізована на матеріалі російської мови в монографії О. М Вольф [19], української – у монографії Т. А. Космеди [59] та дисертаційному дослідженні І. В. Онищенко [89], у працях польських мовознавців Я. Пузиніни [192; 193] та А. Пайдзінської [190] тощо. Категорія оцінки дотична до логіко-філософських ідей про природу цінностей. Обсяг дослідження категорії оцінки, схоже як і емотивності, включає два блоки мовних одиниць:

1) слова, які дають назви конкретним оцінкам, до яких належать різні частини мови, зокрема: прикметники: *dobra praca* (оцінка зі знаком „+”) / *zła praca* (оцінка зі знаком „-”); прикметники: *miły* („+”) / *nieprzyjemny* („-”), дієслова: *podobać się* („+”) / *nie podobać się* („-”); іменники – *piękno*, *malowniczość*, *talent* (pisarza) тощо. Такі мовні засоби, крім чітко вираженого оцінного значення, не несуть ані експресивного, ані емотивного забарвлення;

2) слова, що виражають емотивну оцінку та характеризуються інгерентно-експресивним забарвленням – це різного типу лексика, зокрема неологізми, просторічні, лайливі слова: *łobuziak*, *baciarz*, *bachor*, *chamisko*, *kuternoga* тощо. До цієї групи мовного матеріалу також належать різноманітні стилістичні засоби: метафоричні перенесення (*żmija*, *niedźwiedź* – ‘про людину’), фразеологізми (*czarci*, *diabelski*, *szatański pomiot* – ‘про когось чи щось погане, надокучливе’¹, *owczy pęd* – ‘нерозсудливе, сліпе наслідування когось’, *być*, *siedzieć pod czyimś pantoflem* – ‘цілком комусь підкорятися (найчастіше у стосунках чоловіка з дружиною)’, *łamana polszczyzna*, *francuszczyzna* – ‘говорити польською, французькою мовами з помилками’, *dobry wujek*, *wujaszek* – ‘поблажлива особа, яка не вимагає від інших чогось особливого’ тощо.

Такий розподіл пов’язаний з виділенням раціональної та емоційної оцінки. При цьому емоційна оцінка завжди відзначається експресивною силою.

¹ Тут і далі значення ФО подаємо за „Великим фразеологічним словником з прислів’ями” [237], крім випадків, де вказано інше джерело.

Категорія інтенсивності у польській мові проаналізована в дисертації У. Г. Рис [98], німецької мови – у дисертаційному дослідженні М. З. Гурко [24]. У. Г. Рис стверджує, що обсяг терміна „інтенсивність” охоплює поняття „підсилення” (енергійність, несподіваність), „збільшення” (міра, глибина, швидкість), „напруження” (активність, велика сила, втома), „надмірність” (граничність, гострота), тому аналізовану категорію, як узагальнює дослідниця, слід розглядати через призму мовних засобів, які характеризують дії, ознаки, явища у збільшенні і якісних, і кількісних параметрів [98, с. 41]. Такої ж думки про якісно-кількісну основу категорії інтенсивності дотримується М. З. Гурко [24, с. 28]. Іншу думку висловлює Н. І. Бойко. Вона зазначає, що інтенсивне мікрозначення лексеми пов’язане виключно з „кількісно інтенсифікованою характеристикою позначуваного словом явища й співвідносне з логіко-філософським поняттям міри”, наприклад: *швидкий – повільний, сильний – слабкий* [10, с. 26]. Натомість якісна характеристика передається через параметричний компонент семантичної структури слова, який співвідноситься з логіко-філософським поняттям норми, наприклад: *малий – великий, легкий – важкий, низький – високий, мілкий – глибокий* і належить до компетенції категорії параметричності [10, с. 26 – 27]. Отже, у літературі предмету розрізняються дві взаємопов’язані, однак самостійні категорії інтенсивності та параметричності. Ми приймаємо за робоче твердження, що інтенсивність є одним із показників експресивного ефекту.

Категорія інтенсивності аналізується на матеріалі прикметників як засобів підсилення ознаки, дієслів як засобів підсилення дії та прислівників як засобів підсилення ознаки за дією. Серед прикладів, що наводяться у зазначених працях, чітко простежується диференціація на:

1) слова-інтенсифікатори – це такі, що підсилюють основне значення, наприклад, прислівники *bardzo, intensywnie*, прикметники *straszny, wielki*. Такого типу слова не відзначаються самостійним і незалежним експресивно-емотивним забарвленням, хоча можуть набувати його в особливій

комунікативній ситуації (вимова під час усного мовлення з інтонацією захоплення, збудження і т. ін., що має на меті, очевидно, підсилення чистого оцінного значення). Тому варто підкреслити, що за умов введення таких мовних засобів здійснюється пересікання зони категорії інтенсивності з категорією оцінки;

2) ступені порівняння прикметників: *silny – silniejszy, najbardziej silny* (wiatr); *piękna – piękniejsza, najpiękniejsza* (dziewczyna). Такі прикметники передають оцінне значення;

3) дієслова інтенсивної дії *narobić, nakrzyczeć się*, що реалізують виключно категорію інтенсивності. Сюди ж можна віднести й прикметники зі значенням інтенсивної ознаки: *gigantyczny, wspaniały, niesamowity*. Подібного типу лексеми реалізують інтенсивність емотивності;

4) слова-інтенсиви, механізми інтенсивності яких полягають у залученні різних мовних процесів для підсилення значення. Наприклад, ономатопейчне утворення: *kokosić się* – ‘крутитися, вертітися’ [246] від *ко-ко-ко*. В українських говорах є *кокоїжитися*. Не менш важливим при цьому є факт внесення додаткового значення в лексему і реалізація функції актуалізації образних та асоціативних механізмів, що й належить до компетенції категорії експресивності;

4) фразеологізми зі значенням інтенсивності: *gdzie diabeł mówi dobranoc* ‘**дуже** далеко’, *pod ręką* ‘**дуже** близько’, *skakać z radości* ‘**дуже** тішитися’, *piękny jak sen* ‘**дуже** гарний’, *zalać się w pestkę* ‘напитися до втрати притомності, хтось **дуже** п’яний’, *całym pędem* ‘найшвидше як тільки можна’, *ktoś, czegoś jest na pęczki* ‘десь знаходиться **багато** людей або речей’. Наведені СС реалізують інтенсивність значення, будучи водночас експресивно забарвленими, оскільки експресивність породжується нестандартністю внутрішньої форми СС.

У сучасних термінологічних джерелах знаходимо пояснення експресивності в сукупності усіх її складових. Наприклад, у енциклопедії

„Українська мова” експресивність визначається як „властивість мовної одиниці підсилювати логічний та емоційний зміст висловленого, виступати засобом інтенсифікації виразності мовного знака, засобом суб’єктивного увиразнення мови. Як семантико-стилістична категорія експресивність виявляє зв’язок з емоційністю, логічною оцінністю, стилістичним значенням, проте не ототожнюється з названими поняттями” [229, с. 175].

О. О. Селіванова у „Лінгвістичній енциклопедії” зазначає, що у широкому розумінні експресивність – це „ознака інтенсифікації значення слів за шкалою зменшення та збільшення різних денотативних і конотативних ознак, зокрема, логічного змісту, оцінок й емотивності. [...] Експресивність у цьому значенні вважається ширшою за емоційність за рахунок логічних компонентів” [231, с.149].

На основі огляду наукової літератури можна зробити висновок, що кожна категорія становить надскладне багатоаспектне явище, характеризується чітко вираженою антропоцентричною спрямованістю (пов’язана з відмінними проявами людського буття: емотивність – з емоційними реакціями особи, оцінність – з ціннісними орієнтаціями, інтенсивність – з якісними та кількісними показниками тощо), послуговується виробленим у працях літератури предмету понятійним апаратом: емотивність (властивість) – емотивна (лексема) – сема емотивності; схоже оцінність – оцінка – оцінна сема та інтенсивність – інтенсив – сема інтенсивності). Крім цього, арсенал мовних фактів як об’єктів дослідження кожної з категорій досить широкий і складається з одиниць, які входять до ядерної категорійної зони, тобто вивчаються в межах відповідної категорії (семи входять до денотативного плану мовної одиниці), або ж до міжкатегорійної зони, тобто мовні факти мають дві або більше семи, які виявляються в межах конотативного значення мовних одиниць (наприклад: експресивно-інтенсивно-емотивне значення в польському *rozwydrzać się* (про людину) – ‘стати зухвалим, неслухняним’ – інтенсивна сема репрезентована

префіксом, експресивно-емотивна сема виникла в результаті переносного вживання та образної внутрішньої форми дієслова, мотивованої порівнянням з твариною – видрою). Міжкатегорійні зони власне становлять досліджуваний матеріал категорії експресивності.

Дещо інша ситуація складається зі співвідношенням експресивності й образності. Як ми зауважили вище, Я. О. Мозгова вважає, що кожне образне завжди є експресивним, але не кожне експресивне є образним [83]. Дослідниця міркує досить слушно, оскільки образність найчастіше формується за допомогою процесів метафоричного або ж метонімічного перенесення. Образність, як і експресивність, становить складну категорію, дослідження якої породжує безліч дискусійних питань. Образність вивчається в межах психолінгвістики через складні мисленнєві механізми, що зумовлюють її виникнення, у межах семасіології, де з'ясовується місце образності у компонентному складі слова, й у лінгвокогнітивістиці, яка розглядає образність з погляду пояснення мовних явищ як складних механізмів когнітивного характеру. Джерелом образності насамперед є внутрішня форма слова або ж мотивованість лексичного значення [13, с. 135]. Образність може виникати в кожній повнозначній частини мови і досягається внаслідок перерозподілу напруги лексичного значення слова, при якому одні семантичні одиниці актуалізуються, а інші послаблюються [93, с. 18]. Образне завжди знаходиться під експресивною напругою. Образне слово привертає увагу, вирізняється оригінальністю. Наприклад: *czzerwony kur* 'пожежа', *marzenie ściętej głowy* 'щось, чого не можна отримати' і т.д.

Співвідношення між категоріями експресивності, емотивності, оцінності, інтенсивності, образності наводимо у схемі на рисунку 1.1.

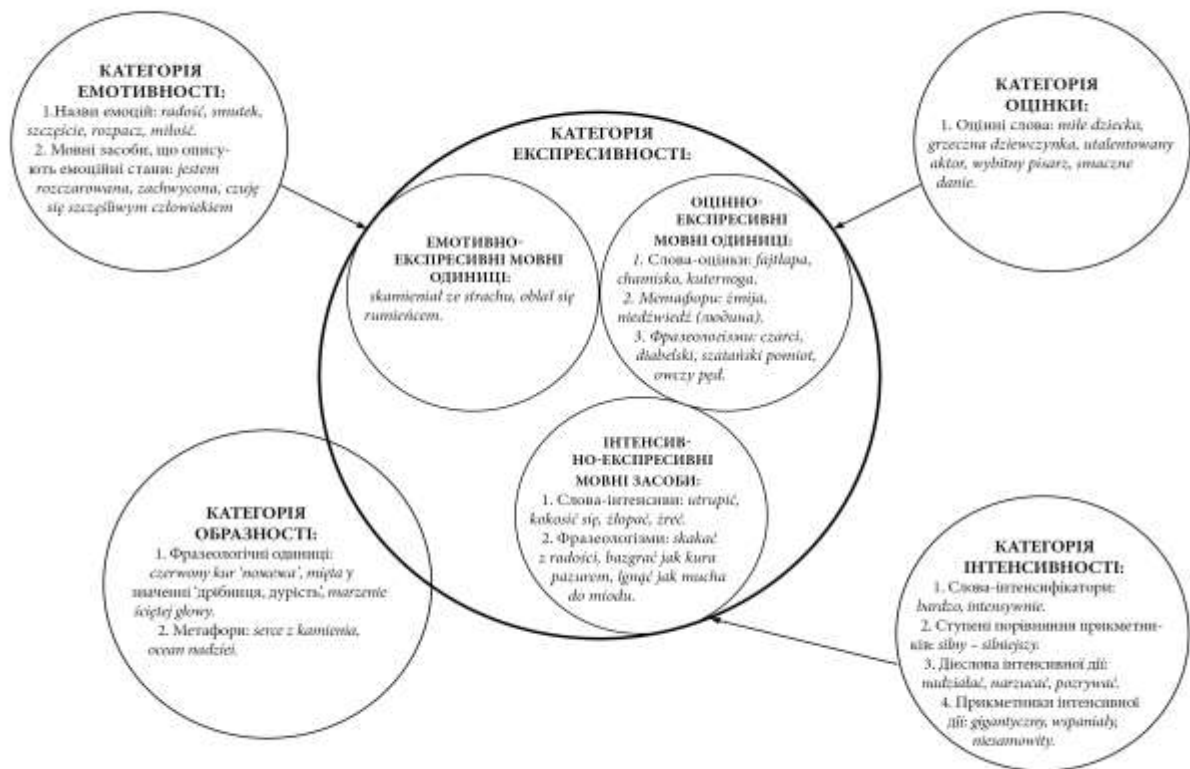


Рисунок 1.1. Співвідношення між категоріями експресивності, емотивності, оцінності, інтенсивності, образності.

Отже, у результаті лінгвістичних студій ХХ ст. сформувалися вузький і широкий погляди на експресивність. Згідно з вузьким поглядом, **експресивність** – це **властивість** мовних знаків підсилювати їхній емоційний, оцінний, образний ефект; згідно з широким, **експресивність** – це складна лінгвoseмантико-стилістична **категорія**, яка актуалізовує співвідносні категорії емотивності, оцінності, образності, інтенсивності.

1.2.2. Питання співвідношення експресивності / експресії

Питанню розрізнення *експресивності* / *експресії* у відношенні *властивість* / *процес* приділили увагу такі мовознавці, як Ш. Баллі, Т. Скубалянка, С. Граб'яс, В. А. Чабаненко, Н. О. Лук'янова та ін. Міркування про відокремлення експресивності мовних одиниць та експресивності, що породжується мовцем і властива виключно мовленню,

Ш. Баллі ґрунтує на вченні про опозицію *langue* „мова” і *parole* „мовлення” свого попередника і вчителя Ф. де Соссюра. Отже, розмежування зазначених понять насамперед пов’язане з антиномією мови й мовлення, загального й індивідуального в мові. Т. Скубалянка у праці „Про експресивність мови” [199] наголошує на важливості чіткого розмежування експресії як мовної операції й експресивності як властивості мовних елементів, що виникає в результаті цієї операції. Учений-лінгвіст, за словами дослідниці, насамперед вивчає експресивність, а не експресію [199, с. 124].

Основні види експресивності як властивості мовного знака визначає Я. Зіма у монографії „Експресивні слова в сучасній чеській мові: лексикологічне та стилістичне дослідження” [224]. Учений докладно розмежовує й описує адгерентну, інгеренту та контекстуальну експресивність. Досліджуючи чеські тексти художнього стилю, лінгвіст стверджує, що інгерентна експресивність характерна мовному знаку первинно і не залежить від оточення на синтагматичному рівні (наприклад, пор. чес. *brumlat* – *mluvit* – ‘незрозуміло говорити, базікати’), адгерентна – це експресивність, яка виникла на основі нейтрального слова. Нейтральне слово набуває експресивної ознаки (наприклад: *Ve sdeleni, doma te čeka ještě robota*. Чес. *robota* означає ‘важка, безплатна праця’) [224, с. 43]. Контекстуальна експресивність виникає в певному контексті й поза ним втрачає свої інтенсифіковані характеристики. Відголосся такого розмежування видів експресивності залишилося й до сьогодні. Нормою для наукової літератури предмету стало розрізнення інгерентної й адгерентної експресивності [227, с. 74; 228, с. 65; 225, с. 523].

Влучно розмежовує аналізовані поняття В. А. Чабаненко, підкреслюючи, що „якщо експресія – підсилення / інтенсифікація / збільшення виразності, то експресивність – уже сама підсилена / інтенсифікована / збільшена виразність, така соціально й психологічно мотивована властивість мовного знака / мовленнєвого елемента, яка

деавтоматизує його сприйняття, підтримує загострену увагу, активізує мислення, викликає почуттєву напругу слухача / читача” [127, с. 7].

Вдало, на нашу думку, доповнює наукові дефініції дослідниця Н. О. Дорогович, інтерпретуючи експресію як „різновид **лінгвопсихоментальної** діяльності мовця (автора), результатом якої є такий прагматичний ефект, коли смисл висловлення чи окремих його компонентів передається з емоційно-логічним підсиленням, виражаючи емоції, суб’єктивні оцінки, інтенції мовця (автора) та впливаючи на емоційно-психічний стан адресата (інтерпретатора)” [29, с. 22]. Таким способом Н. О. Дорогович акцентує на психологічній природі породження експресії, підкреслюючи міждисциплінарний характер цього феномена.

Аналізуючи наукові погляди на *експресію / експресивність*, слід узагальнити таке основне твердження: експресія як процесуальна категорія проявляється на мовленнєвому рівні внаслідок конкретної комунікативної ситуації і визначається як підсилення (інтенсифікація) виразності мовного знака, натомість експресивність є властивістю мовного і / або мовленнєвого рівня і є уже підсиленою виразністю мовного знака.

Експресивність є тією властивістю мовлення, яка підсилює емотивно-оцінне ставлення мовця до інформації, про яку говорить, тобто виділяє (підкреслює) цю інформацію на загальному тлі нейтрального висловлювання [116, с. 53]. Мовна експресивізація певного тексту, на нашу думку, відбувається як свідомий процес добору мовних засобів або створення інноваційних засобів з метою передачі авторських інтенцій і водночас концентрації (фокусуванні) уваги читача на прагматично важливому фрагменті інформації. Отже, дотримуючись закріпленої в літературі предмету константи про розрізнення *експресивності / експресії* як *властивості / процесу*, все ж таки пропонуємо виділити тріаду понять. Іншими словами, чітко розрізняємо такі поняття:

- *експресивність* як властивість мовного знака, що може виявлятися у вигляді внутрішньої (інгерентної), постійної характеристики мовного знака (наприклад: субстантив *lajdak* зі значенням ‘нечесна, підла, гідна осуду людина’ з маркованістю просторічної сфери вживання) або ж у вигляді набутої зовнішньої (адгерентної) характеристики мовного знака (наприклад, субстантиви *syniś, córeczka* набувають експресивності завдяки суфіксам пестливості);

- *експресію* як процес вираження експресивності під час спонтанного мовлення (наприклад: експресія вигуків *O Matko Boska!* у результаті здивування або передача експресивної оцінки щодо конкретної особи у висловленні *Ale z niego jest leniwy śpioch!*);

- *експресивізацію* як результат умотивованої мисленнєвої лінгвокреативної діяльності мовця, спрямованої на вираження особистих прагматичних інтенцій, що виявляється у свідомому, попередньо підготовленому усному чи писемному тексті й базується насамперед на когнітивному дисонансі (як неузгодженості з відомою для читача інформацією та прочитаною), що виникає в результаті інноваційного вживання або створення мовних явищ (наприклад, контамінація антропонімів: *Blairotchatcher* від *T. Blair* і *M. Thatcher*; модифікація фразеологізму: *kogut ofiarny*, пор. з *koziół ofiarny*, мотивація виникнення яких зрозуміла з контексту тощо). Такі мовні засоби експресивізації в текстах ЗМІ виконують функцію актуалізаторів уваги читача, яка ймовірно могла розсіятися під час читання відносно „нейтрального”, монотонного тексту. Узагальнення диференційних ознак експресії / експресивності / експресивізації подаємо в таблиці 1.2.

Критерії розрізнення	Експресія	Експресивність	Експресивізація
Природа виникнення	Процес	Властивість	Процес
Функціональна характеристика	Дія підсилення (інтенсифікація) виразності	Підсилена (інтенсифікована) виразність	Дія підсилення (інтенсифікація) виразності
Категорійна характеристика	Лінгвопсихоментальна, функціональна категорія	Лінгвосемантико-стилістична категорія	Лінгвокреативна функціонально-прагматична категорія
Рівень прояву	Мовленнєвий	Мовний і / або мовленнєвий	Мовленнєвий
Ступінь індивідуальності	Вияв індивідуального в мовленні	Вияв індивідуального (адгерентна, контекстуальна) і / або загального (інгерентна)	Вияв індивідуального і / або соціального в мовленні
Ступінь підготовленості	Спонтанна	Спонтанна і / або підготовлена	Заздалегідь підготовлена, прагматично зумовлена
Усвідомленість вияву	Несвідома	Свідома / несвідома	Свідома
Засоби реалізації	Реалізується як мовними одиницями, так і позавербальними засобами: мімікою, жестами, тембром голосу, інтонацією)	Реалізується засобами всіх рівнів мовної системи: фонетичними, лексичними, морфологічними, фразеологічними, ономастичними, синтаксичними	Реалізується засобами всіх рівнів мовної системи: фонетичними, лексичними, морфологічними, фразеологічними, ономастичними, синтаксичними, візуальними
Сфера функціонування	Усне мовлення	Усне і письмове мовлення	Підготовлене усне і письмове мовлення

Таблиця 1.2. Диференційні ознаки експресії / експресивності / експресивізації

1.2.3. Вивчення поняття експресивності мови в різних галузях лінгвістики

Експресивність як властивість мовного знака, що виявляється в підсиленні емотивного, оцінного, образного, логічного змісту, може досягатися різними засобами мовної системи. Цей факт зумовив вивчення поняття експресивності в межах стилістики, семасіології, прагмалінгвістики, когнітивістики тощо.

Лінгвостилістичним дослідженням експресивності мови присвячені праці В. А. Чабаненка, В. М. Русанівського, І. В. Арнольд, Т. Г. Винокур, Ш. Баллі. У межах стилістики з'ясовуються такі питання:

1. Експресивність як стилістична властивість виявляється в певному стилі мовлення, звідси й виокремлення функціональних та експресивних стилів мовлення, яке здійснив В. М. Русанівський [99].

2. Проблема співвідношення експресивного та стилістичного значень, що базується на твердженнях про експресивність, що виявляється в художньому та публіцистичному стилях, притаманна територіальним, соціальним і професійним діалектам.

Дослідження експресивності в межах інших підгалузей мовознавчої науки, зокрема семасіології, синтаксису тощо, та у різних стилях спростували думки, що експресивні засоби вживаються виключно за стильовими рамками, натомість вони більш залежні від комунікативних ситуацій і жанрів мови [16, с. 9].

Дослідженням експресивності з погляду семасіології певною мірою займалися Р. Гжегорчикова, Я. Зіма, В. А. Звегінцев, В. М. Телія, Н. О. Лук'янова. Цей підхід з'ясовує такі питання:

1. Місце експресивного компонента у структурі лексичного значення. Уперше експресивний елемент помітив та описав німецький учений К. Ердман, характеризуючи його як побічні вияви, почуття та їхні відтінки, обертони, які супроводжують слово під час його відтворення в мовленні

[див.: 33, с. 167]. Поза лексичне значення експресивність виносить В. А. Звегінцев, стверджуючи, що емоційно-експресивні елементи можуть не тільки розвиватися незалежно від предметно-логічного змісту слова, але вступати з ним у протиріччя [33, с. 175]. До складу денотації експресивність відносить В. І. Шаховський, який вважає, що експресивні й оцінні компоненти лексичного значення є об'єктивно-логічними семантичними параметрами та мікрокомпонентами денотативної частини семантики. До конотації, стверджує автор, експресивність та оцінність можуть відноситися тільки в разі набуття емотивного забарвлення [133, с. 37]. Н. І. Бойко вважає, що експресивність може входити до складу і денотативного, і конотативного елементів, або тільки до конотативного [13]. Ця думка пов'язана з розмежуванням лексем із внутрішньо притаманною (інгерентною) експресивністю та набутою (адгерентною) експресивністю. Експресивна сема належить тільки до конотативного значення в розумінні Л. М. Васильєва [16, с. 7].

2. Експресивність виявляється в синонімічних варіантах слова. В. В. Виноградов виокремлював експресивно-синонімічне значення слова. Значна частина синонімів, на його думку, позбавлена прямого, вільного номінативного значення, а наділена експресивним [18, с. 173]. Є. Р. Курилович також говорить про експресивно-синонімічне значення, яке може виникати й залежати від контексту (наприклад, *морда*) або не залежати від контексту (наприклад, *отец* і *батюшка*, *живот* і *брюхо*) [69, с. 75].

Експресивність як прагматична властивість мовлення перебувала в полі зору А. Вежбицької, Н. О. Лук'янової, В. М. Телії, В. О. Маслової, у працях яких сформовані такі твердження:

1. Експресивність – це прагматична настанова автора тексту.
2. Експресивність визначається з погляду відношення суб'єкта мовлення до адресата та дійсності.

3. Експресивність є продуктом інтерпретації суб'єкта мовлення та „репродуктом” інтерпретації адресата [116].

4. Експресивні механізми – це механізми моделювання емоцій. А. Вежбицька вводить поняття модальної рамки, за допомогою якої слід аналізувати експресивні висловлювання. Компонентами модальної рамки є такі:

czuje, że...

chce, żeby...

nie chce, żeby...

sądze, że... [217, с. 40]

5. Експресивний ефект становить результат дії експресивів – різновиду іллокутивного акту, який спрямований на передачу авторського ставлення до повідомлення [114].

6. Поєднання експресивної функції й імпресивної (апелятивної) на рівні *мовець (комунікатор) : текст : читач / слухач (інтерпретатор)*, як це показано на рисунку 1.3:

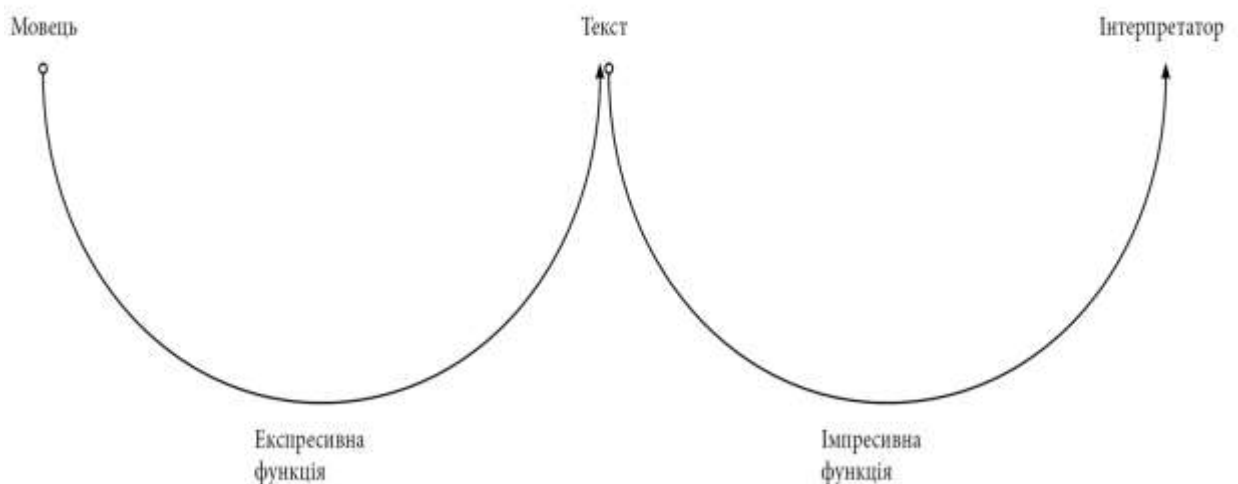


Рисунок 1.3. Напрямок дії експресивної функції

Пояснення експресивності через призму когнітивізму найповніше представлено у праці В. М. Телії. Вчена висуває такі твердження:

1. Експресивність – результат вербалізації та концептуалізації знань про позамовну реальність [116, с. 58].

2. Експресивність – це „категорія, що відноситься до когнітивного аспекту мовлення, оскільки її основа – це когнітивні за своїм змістом інтенції, що оперують сукупністю відношень мовця до позначуваного, а особливо знанням того, що має місце у світі, у сфері комунікації і в граматичній конкретній мові, оцінкою позначуваного, переживанням усіх перелічених аспектів на основі емоційного стану психіки” [116, с. 64].

3. Експресивність – це „процесуальна категорія, її інтерпретація, пов’язана з фоновими знаннями суб’єкта, системою його ціннісної орієнтації й актуалізації почуття-ставлення в тому його спектрі, який „збуджений” мотивом цієї актуалізації” [116, с. 58].

Можемо підсумувати основні теоретичні положення, висвітлені в цьому підрозділі: 1) категорія експресивності включає субкатегорії емотивності, оцінності, інтенсивності, 2) експресія – процес, експресивність – властивість, 3) експресія – мовленнєва категорія, експресивність – мовна / мовленнєва категорія, 4) експресивізація в медіа-текстах – це вмотивований прагматично спрямований мисленнєво-творчий процес зміни уже наявної мовної одиниці або створення такої інноваційної, яка своїми граматично-значеннєвими характеристиками забезпечує передачу авторських інтенцій (емоційної оцінки, комізму, іронії, засудження чи схвалення чогось / когось), 5) експресивність вивчається в межах стилістики, семасіології, прагматики, когнітивістики.

1.3. Особливості лінгвістичних студій над засобами експресивізації в текстах ЗМІ

Як уже зазначалося вище, експресивність інтерпретували представники багатьох лінгвістичних кіл по-різному, пояснюючи її як всезагальну виражальну властивість мови (К. Фосслер, Б. Кроче), класифікаційну характеристичну інформацію про мовця (представники Празької школи) та властивості передавати емоційні й афективні стани мовця (Ш. Баллі). Досі експресивність залишається в полі зору багатьох лінгвістів сучасності та вважається однією з основних ознак текстів мас-медійного сфери.

Досить часто в літературі предмету мова ЗМІ характеризується як взаємозв'язок експресії та стандарту [134], експресивність пояснюється як вихід за межі мовної норми, контрастність значень окремого слововживання або побудова та komponування окремих висловів у такий спосіб, щоб вони як загальне ціле створювали експресивний текст [61, с. 26].

Експресивні властивості медіа-текстів детерміновані специфікою розвитку названого виду масової комунікації на зламі ХХ – ХХІ ст. Докладно проаналізуємо основні тенденції.

1.3.1. „Демократизація” мови

Тенденція до „демократизації” мови загалом і „демократизації” мови медійних каналів зокрема, про яку зазначають польські лінгвісти, є зміною способу використання мови з метою реалізації інформативної функції в поєднанні з експресивно-імпресивною функцією і ґрунтується на мовній креативності у сфері лексики, змінах мовного етикету і тенденції до економії мовного висловлювання [181, с. 345]. Такий процес у польській мові може бути пояснений кількома причинами. Насамперед, політичними подіями 1989 р., тобто поваленням комуністичного ладу, встановленням демократичного режиму функціонування суспільства. Такі екстралінгвальні

причини не є індивідуальною рисою польського суспільства, а характерні для країн постсоціалістичного блоку. Наприклад, Л. І. Даниленко відзначає поживавлене оновлення лексики чеської мови після 1989 р. завдяки запозиченням з англійської мови, створенню неологізмів – позначень нових реалій життя, okazіоналізмів як результатів мовної гри, каламбурів, а також учена демонструє приклади інтенсивної неофразеологізації на сторінках чеської періодики кінця ХХ ст. [25]. У результаті демократичних виборів у Польщі (1990 р.) владу очолює Л. Валенса – особа, яка під час публічних виступів, інтерв'ю тощо використовує живу, динамічну польську мову, наповнену метафорами, порівняннями, просторічною лексикою. Мова Л. Валенси як яскраве явище в мові польської політики стала об'єктом лінгвістичних досліджень [148; 159]. Неологізми, які політик використовував у мовленні і які закріпилися в польській мові, названі терміном *валенсизм*. До валенсизмів належать: *jestem za a nawet przeciw, wojna na górze* ‘про незгоду між політиками’, метафоричні вислови: *latać z siekierą* – сформований на підставі використання образу президента з сокирою: *Lech Wałęsa nie wymachuje siekierą, ale ona jest czasem potrzebna, żeby przebić się przez gęsty las – a my jesteśmy w buszu pokomunistycznym* [цит. за: 148, с. 64], *my jedziemy [do Europy] rowerem, a Zachód samochodem; macie wóz, konie, ale nie macie dyszla* [цит. за: 159, с. 62]. Публічне мовлення Л. Валенси, особливо в період 1970 – 1980 рр. ХХ ст., коли він очолив рух проти тогочасної комуністичної влади на суднобудівельному заводі в м. Гданськ, стало свого роду одним із способів політичної боротьби з шаблонністю, завуальованістю офіційної мови. Спонтанність, емоційність, жартівливість, діалектизми, просторічна лексика, з якою Л. Валенса створював свої промови, – всі ці риси задали офіційній мові нові засади функціонування.

Політичні події зумовлюють трансформацію ринку медійних каналів у Польщі – вихід ЗМІ з-під пильного ока цензури та новомови. Новомовою, на зразок терміна Дж. Орвелла з роману „1984” в Польщі 1944 – 1989 рр.

окреслюється мова офіційних виступів, публічних промов, преси, яка була підпорядкована певним правилам розповсюдження інформації, добору визначених слів для висвітлення суспільно-політичних подій, формуванню одновимірної громадської думки [175, с. 13]. Не менш важливою подією стало заснування першого незалежного комерційного періодичного видання „Газети Виборчої”, згодом розвиток місцевих ЗМІ. Відтак актуальна інформація в державі стає доступною для кожного громадянина. Мова стає засобом критики влади, зображення реальності та привертання уваги читача – постійного споживача ЗМІ.

З цього періоду лінгвісти зауважують певні зміни у функціонуванні мови, а саме: пожвавлене використання розмовного мовлення. Різні дослідники вбачають відмінні причини цього процесу. Польський лінгвіст І. Борковський пояснює, що преса в 90-х рр. минулого століття для поляків стала знаряддям **пізнання** дійсності (порівняно з попередніми роками, коли роль преси зводилася до політичної пропаганди і **створення** [виокремлення автора – М. І.] цієї дійсності). Відтак пізнання дійсності повинно було відбуватися через пояснення подій і ситуацій найпростішим кодом, живою мовою, мовою щоденної комунікації [147, с. 165]. К. Вашакова пояснює використання слів з розмовної сфери польської мови як реакцію на шаблонність висловлювань із 70 – 80 рр. минулого століття [211, с. 5]. Г. Сяткевич стверджує, що розмовна лексика є „способом користання зі свободи слова в офіційному мовленні – говорячи вільно про все, використовуючи вільну мову, що пов’язане зі станом, який у польській мові окреслюється як „być na luzie” [цит. за: 211, с. 5]. Український мовознавець О. А. Стишов розповсюдження розмовних слів у мові українських ЗМІ пояснює як результат активної взаємодії стилів у мас-медіа, адже саме одиниці розмовного й наукового стилів найчастіше потрапляють на шпальти газет, відбувається т.зв. „орозмовлювання” мови [110, с. 35].

1.3.2. Еклектичний характер ЗМІ

Все частіше дослідники мови ЗМІ вдаються до підкреслення такої ознаки медійних каналів, як еклектичність. С. Гайда, наприклад, під час аналізу мови сучасних ЗМІ використовує метафору стилевого тигля [160], застосовану в п'єсі І. Зангвіла „Плавильний котел” („Плавильний тигель”) для узагальнення концепції побудови американського суспільства як єдності різнонаціональних меншин. Цією метафорою мовознавець підкреслює той факт, що сучасні ЗМІ становлять поєднання різнотипних каналів передачі інформації: традиційні радіо, преса, телебачення та сучасна мережа Інтернет, яка активно набула поширення на зламі XX – XXI ст., перехопивши у традиційних ЗМІ читацьку публіку і створивши конкуренцію на медійному ринку тощо. С. Гайда мотивує використання метафори так: „метафора тигля звертає увагу на процесуальне співіснування різноманітних елементів, на їхню динамічну зустріч, зіштовхування та хаотичне перемішування” [160, с. 19]. Різні за жанрами тексти, які мовознавці традиційно поділяють на інформаційні (заметка, інтерв'ю, репортаж тощо), аналітичні жанри (коментар, кореспонденція, стаття, огляд), публіцистичні жанри (памфлет, пародія, фейлетон, заметка) зазнають взаємної дифузності, межі між ними розмиваються, тексти втрачають свої жанрові особливості.

1.3.3. Функції ЗМІ

Експресивність має здатність виникати в різних стилях, але з неоднаковою частотністю. Основною сферою функціонування експресивності традиційно вважається художній стиль, у якому експресивність зумовлена естетичною функцією [229, с. 176]. У розмовному стилі експресивні елементи виникають зазвичай як прояв емоційного висловлення. Однак розширення сфери дослідження експресивності зумовило пошуки її виявів і в науковому стилі, де необхідно виділити логічно важливий для автора компонент висловлення [229, с. 177]. П. О. Селігей, не заперечуючи факту про строгість та об'єктивність наукового тексту, все ж

переконливо доводить, що експресивність не є зайвим або непотрібним прийомом висловлення саме наукового твердження. Однак мотивами використання експресивних засобів у науковому тексті є уже не естетична чи емоційна функція, а прагнення вченого підкреслити важливу для розуміння його ідей думку, наголосити на ключовому твердженні та його доказовості. „Експресивність – потужний каталізатор процесу сприйняття, що підвищує прагматичний потенціал наукового тексту, – пише П. О. Селігей. – У помірних виявах вона не руйнує його стильову витриманість, а „олюднює”, пом'якшує сухість викладу, зрівноважує раціональний первень емоційним” [104, с. 500]. Експресивні засоби використовуються для того, щоб „наголосити на головному, підкреслити глибину, доказовість думки. При цьому експресивність повинна не затуляти цю глибину, а сприяти її унаочненню та кращому засвоєнню” [104, с. 499]. Як бачимо, експресивність у кожному окремому стилі є різними сторонами однієї медалі. І це не дивно, адже все залежить від прагматичних настановок автора: поет прагне достукатися до серця, науковець – до розуму. Яка ж прагматична настанова зумовлює послуговування експресивними засобами в медійному тексті? Експресивність мови ЗМІ є результатом двох функцій: **повідомлення** нової інформації та **впливу** на роздуми читача. Експресивні засоби діють як специфічні маркери, що підкреслюють інформацію на тлі безперервного потоку повідомлень. Цим самим здійснюється спрямування уваги читача на відповідну інформацію. Зважаючи на стрімке зростання кількості каналів, що пропонують сучасному читачеві передачу інформації під власним кутом зору, змінюється й спосіб прочитання цієї інформації. Відтак цілісне читання всього тексту все частіше змінюється на мимовільний уривчастий перегляд медійної літератури. Читачі переглядають насамперед зображення, потім заголовки і тільки за умови їхньої яскравості, виразності й завуальованості, що створює певну інтригу, а то й провокацію, виклик для читача, переходять до розгадування пропонованої „загадки” в тексті. Сучасний спосіб

споживання медійної інформації в Інтернет-мережі характеризується як „серфінг” (пол. „*surfowanie*”): „Тепер не читають, а „серфінгують”, перескакують зі сторінки на сторінку, на яких текст перемішаний із зображеннями, щораз більше з відео-фільмами та необмеженою кількістю посилань, які весь час скеровують нашу увагу на іншу веб-сторінку або вітрину” [цит. за: 177, с. 206]. Таке порівняння можна застосувати й до друкованих ЗМІ, які тяжіють до візуалізації.

Роль мас-медіа в житті людини поч. ХХІ ст. стає щороку більш значною. Як ніколи актуальним є термін *глобальне село* (англ. *global village*, пол. *globalna wioska*), ужитий ще в 1962 році М. Маклуеном. Метафоричний термін підкреслює, що мережа медійних шляхів і каналів охоплює континенти, нівелюючи відстані, кордони, часові відмінності. Як влучно зауважила Т. А. Космеда, „дія засобів масової інформації на сучасну пору настільки велика, що її називають „четвертою владою” в суспільстві, але вона все активніше прагне стати першою” [60]. Гадаємо, що внаслідок тенденції проникнення мас-медіа в повсякденне життя людини доцільною стає пропозиція Д. Кемпи-Фігури про виділення *медійної картини світу* (пол. *medialny obraz świata*) [176], Р. Токарського та П. Новака про *медійну візію світу* (пол. *medialna wizja świata*) та *медіатизацію реальності* (пол. *mediatyzacja rzeczywistości*) [206]. У загальному розумінні названі пропозиції спрямовані на аналіз інтенсивності впливу медіа на світобачення людини та формування напряду її бачення світу людиною. Сучасні медіа не передають інформацію про події, вони подають факти з медійного погляду [206, с. 11]. Кожне періодичне видання має можливість створювати власну медійну картину світу, яка залежить і формується на основі потреб, смаків читачів і виникає як результат вибору конкретного ракурсу відображення інформації, її впорядкування, актуалізації однієї деталі на тлі послаблення іншої [206, с. 12]. Медійна картина світу, за словами Д. Кемпи-Фігури, не є якимось цілком новим явищем, новою цінністю чи якістю, вона репрезентує

реінтерпретацію мовної картини світу [176, с. 62] і впливає із мовної компетенції автора – носія конкретної мови, зі знань лексичних, фразеологічних, граматичних, синтаксичних законів мови. Тільки знання мови дає можливість їх порушувати під час створення якісно нового тексту. Крім цього, тут варто згадати й про такий чинник формування медійної картини світу, як замовний характер періодичного видання, оскільки медійні канали часто створюють текст на чиєсь конкретне замовлення. Найчастіше замовниками є політичні об'єднання, а ЗМІ є засобом створення т.зв. політичного іміджу партії. Тому мова в таких виданнях характеризується конкретно визначеним набором мовних засобів, які апелюють до свідомості, почуттів відповідної читацької аудиторії та формують позитивний образ свого замовника.

Медійну картину світу як реінтерпретацію мовної картини світу можна порівняти з оглядом через бінокль. Спостереження через бінокль фокусується на конкретній деталі й обмежує рамками цілісну картину. Оглядач може переводити фокус на цікаві йому пейзажі, місця чи деталі, однак втрачається сукупне уявлення, більша частина інформації перебуває поза фокусом апарата. Тут спадає на думку девіз журналу „Фокус”: *Кожна деталь має значення*, який промовисто відображає цільові настанови як цього періодичного видання, так і мас-медіа загалом. Фокусування на деталі, висвітлення ситуації під конкретним кутом зору, нав'язування думки – все це складає мету мас-медіа. А мова як наріжний камінь існування, функціонування, спілкування, взаємопорозуміння і взаємовпливу між людьми здатна забезпечити реалізацію вказаної мети. Недаремно ще за часів Стародавньої Греції цінувалося мистецтво володіння словом. Так і зараз, хоча й не на рівні високого класичного ораторського мистецтва, а на рівні мовної винахідливості та креативності кожний мовний прийом у текстах ЗМІ має значення.

1.3.4. Специфіка адресанта

Специфіка адресанта (автора, „мовця”) у мас-медіа полягає в тому, що журналіст створює текст, який після створення проходить кілька інстанцій для його затвердження та виходу публікації. Отже, адресантом є будь-яка особа або група осіб, що бере участь в організації та редагуванні тексту. Перед розповсюдженням через відповідний засіб масової комунікації текст проходить значну кількість суспільних інституцій, у кожній з яких може зазнати змін [121, с. 2].

Новозеландський соціолінгвіст А. Белл будує ланцюг інстанцій, які проходить текст у журнальній редакції місцевого видання [144, с. 8]², показаний на схемі рисунку 1.3.:

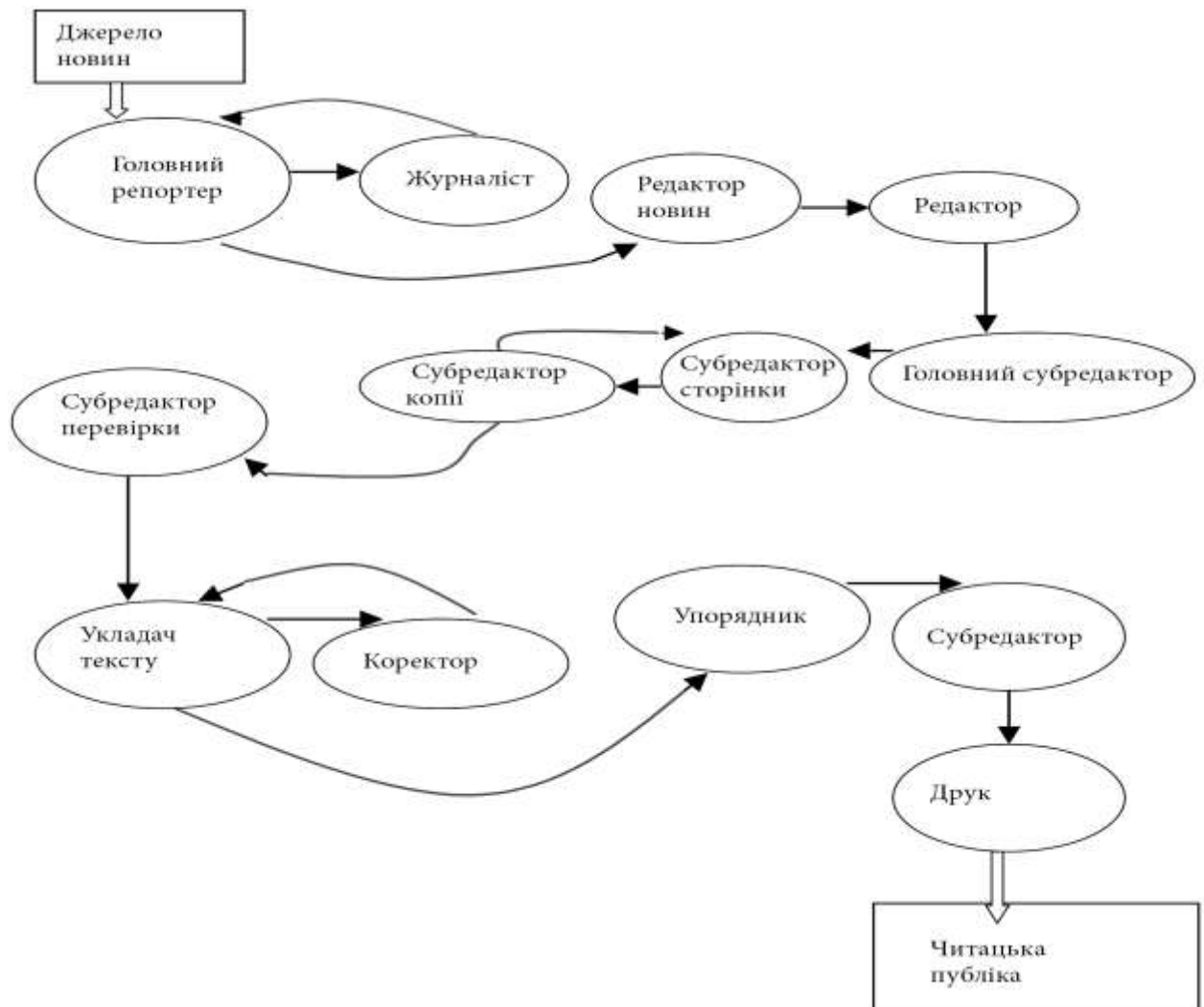


Рисунок 1.3. Процес створення тексту в газетній редакції

² Схеми з англійської мови подаємо у власному перекладі – М.І.

Як бачимо зі схеми, виникає максимум п'ять версій тексту з імовірними змінами й доповненнями на рівні кожної з інстанцій. Текст може зазнавати змін за допомогою таких операцій: усічення (усунення реальної інформації, скорочення надмірної непотрібної інформації внаслідок видалення тексту, лексичні та синтаксичні операції), зміни спрямовані на максималізацію дії впливу статті, класифікаційні зміни, мовні поправки (модифікації на лексичному та синтаксичному рівнях) [144, с.11].

Тому, вважаємо, що не завжди є правильним говорити про виключно індивідуальні авторські мовні прийоми, адже вони можуть виникнути на будь-якій із цих інстанцій і вчений-лінгвіст не здатен це достовірно простежити. Хоча переконливим є факт, що існують тексти відомих журналістів, які самі говорять за свого автора без вказівки на нього. Без підпису можна ідентифікувати автора за його манерою написання. Журналіст – це той самий письменник, який у процесі своєї професійної діяльності „виточує” власний стиль і манеру оперуванням словесним матеріалом. Журналіст „повинен знати все про щось і щось про все. Може захищати там, де всі атакують, і атакувати там, де всі захищають. У розпорядженні має ті самі засоби, що його конкуренти. Повинен вміти грати на всіх інструментах. Це означає, що він має бути вправним кореспондентом, добрим репортером, компетентним коментатором, з радіоголосом і телевізійним обличчям” [цит. за: 177, с. 208]. Тексти журналіста, який розвиває, відточує свою письменницьку майстерність, завжди будуть популярними та актуальними. А індивідуально створені okazіonalіzmi нерідко набувають розповсюдження й закріплення в мові.

1.3.5. Специфіка адресата

Адресатом (читачем) ЗМІ, як відмічає А. А. Тютенко, є дисперсна публіка – це коло читачів, яке складається з індивідів з різним рівнем освіти, інтересами, соціальним положенням, читацьким досвідом [121, с. 10]. А. Белл

підкреслює, що медійна публіка є важливішим і найбільш досліджуваним компонентом масової комунікації [144, с. 11]. Адже медіа подає своїм споживачам часто те, що вони хочуть бачити, чути і читати. Тому існують пропозиції трактувати читача як „п'яту владу”, більше того, вчені йдуть ще далі, називаючи рекламу та рекламодавців „шостою владою” [див.: 177, с. 209]. Незважаючи на те, що прагматичні настанови ЗМІ спрямовані на маніпуляцію підсвідомістю читачів, формування суспільної думки, все ж таки читачі мають можливість здійснювати контроль над вибором медійного джерела згідно з їхніми уподобаннями, переконаннями, ідеалами, оцінками [160, с. 25]. Тому логічними є різноманітні соціоопитування та дослідження читацької аудиторії, які визначають потреби й очікування читачів. Медіа, орієнтуючись на результати досліджень, пропонують відповідний матеріал. Журналіст має бути впевненим (хоча це й не цілком можливо), що рівень освіченості, начитаності допоможе читачеві розгадати, наприклад, алюзію чи зрозуміти трансформацію фразеологізму тощо.

Отже, сучасні мас-медіа функціонують як цілісний організм, успішну життєдіяльність якого забезпечує діяльність окремих його складових чинників. Специфіка медійних каналів не може не позначитися на способах і принципах лінгвістичних досліджень. Відтак із розвитком, поширенням і зростанням популярності медійних каналів змінюється парадигма аналізу мови ЗМІ та роль мовознавців у вивченні цього процесу. М. Войтак висуває власну авторську пропозицію виділення т. зв. ролей дослідника мовного матеріалу ЗМІ. Вчена говорить, що найперше вчені відігравали роль гегемона. Вони досліджували проблеми культури мовлення, шукали помилки, що допускалися в текстах через мовну некомпетентність. Знайдені помилки пояснювалися як негативне для носіїв мови явище, а тому пресі приписувалася роль взірця мовної поведінки [220, с. 179]. Із трансформацією медійного ринку змінюється перспектива опису мовних явищ. Так, на думку М. Войтак, формується роль мовознавця-суверена, функція якого полягає у

власних індивідуальних пропозиціях щодо шляхів лінгвістичного аналізу змін, які зазнає мова під впливом екстралінгвальних факторів, демократизації в суспільстві тощо. Такими інноваційними пропозиціями є, власне, пояснення актуальних процесів через призму медійної картини світу, медійної візії світу та медіатизації, про які зазначалося вище, крім цього, мовні засоби також активно досліджуються як прагматичні інструменти впливу й керування масовою свідомістю з одного боку, і мова як динамічне явище, яке поповнюється результатами неuzuального словотворення за правилами „гри без правил” (як, наприклад, пише у статті Є. А. Карпіловська [50]) з іншого.

1.3.6. Вплив постмодерністської культури

Неможливо оминати в обговоренні специфіки засобів масової інформації тенденції щодо пояснення їхнього функціонування як результату постмодерністської культури. У польській науковій лінгвістичній літературі ця тенденція представлена працями М. Беджицького, Р. П'єнткової, М. Рутковського, К. Сковронек та ін. [145; 191; 195]. Постмодернізм як культурна течія зародився й сформувався у філософських ідеях Ж. Дерріди, Ж.-Ф. Ліотарда, М. Фуко. Постмодерністи створюють гру форми, композиції (твору), змісту завдяки використанню алюзій, цитат, запозичень, поєднання в творі різних стилів з метою виникнення ефекту контрастів. Звідси необхідність досліджувати не тексти в його звичних межах, але виходити у площину дискурсу, яка скомпонована як мережа різних смислів, контекстів і значень. Основними прийомами постмодернізму є деструкція, описана у працях Ж. Дерріди, трансгресія Ж.-Ф. Ліотарда та мовні ігри Л. Вітгенштейна.

Які ж ознаки постмодерністської культури та літератури можна знайти в мові мас-медіа? Суб'єктивізм, чітка авторська позиція, трансформація сталих словосполучень або ж графічне „розчленування” лексем за

допомогою виділень великих літер у межах слова, що семантично актуалізує кілька значень / слів у межах одного, вихід за межі мовного етикету (соціально, культурно й етнічно зумовлених стереотипних правил мовленнєвої поведінки [231, с. 433]), прийоми мовної гри, зокрема, каламбури (як алогічний мовний витвір, дотеп, засобами створення якого є полісемія слів і сполук, омонімія, паронимазія, псевдосинонімія, псевдоантонімія [231, с. 219]) – все це та багато інших засобів можна пояснити як вплив постмодерністської літератури. Крім того, створюється часово-просторове поле внаслідок алюзивності, яка виникає не тільки на текстуальному рівні, але реалізується через безперервний потік відсилань до вже відомих знаків культури через фотографію, обличчя історичних, політичних постатей, літературних персонажів. При цьому прототипні зображення теж зазнають графічного втручання й модифікацій так, що створюється незвична фотографія алюзивного типу. Одиначний текст не дає бажаного ефекту для привертання уваги, тому саме візуалізація відіграє роль сигнального чинника, що концентрує на собі погляд читача.

Підсумовуючи вищезазначені міркування, можемо узагальнити, що медіа в такому вигляді, які вони є зараз, формуються як потреба сучасної епохи, сучасного читача і споживача інформації, як засоби передачі інформації в постіндустріальному суспільстві. Адже зміна принципів функціонування суспільства, технологічний прогрес – все це впливає на спосіб спілкування, поширення і сприймання інформації. Мова в мас-медіа відображає тенденції сучасного життя і є беззаперечно актуальним об'єктом для вченого лінгвіста незалежно від того, у якій ролі – гегемона чи суверена – він проводить дослідження.

Сукупність перелічених вище специфічних характеристик мас-медіа виправдовує й логічно вмотивовує тяжіння до мовної експресивізації текстів.

ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ

Аналіз мовознавчих напрацювань на тему мовної експресивності засвідчує складний, багатоаспектний, дискусійний характер досліджуваної проблеми.

1. Виразальна можливість мови привертала увагу багато мовознавців та інтерпретувалася у працях учених по-різному. В. фон Гумбольдт започаткував ідею про духовну природу мови. О. О. Потебня пояснював дихотомію мови почуття й мови думки. Б. Кроче і К. Фосслер визначали мову як мистецтво експресії. Ш. Баллі трактував механізм експресивності через дію емоційного мислення. М. С. Трубецької вбачав в експресії мовлення характеристику його автора та вважав за доцільне виділення стилістичної фонології, що вивчає експресивні фонологічні можливості, в окремий розділ фонології.

2. Дослідження експресивності насамперед пов'язане з вузьким та широким поглядами в її трактуванні. А саме: згідно з вузьким поглядом експресивність розуміється як здатність мовної одиниці бути засобом підсилення емотивного забарвлення, емотивної оцінки, образного значення, логічного змісту повідомлення, згідно з широким – експресивність трактується як лінгвосемантико-стилістична категорія, яка корелює з категоріями емотивності, оцінки, інтенсивності, образності.

3. Експресивність / експресія співвідносяться між собою як властивість / процес. Експресія найчастіше виявляється у сфері усного спонтанного мовлення, як підсилення психофізіологічних і мовних реакцій у процесі спілкування, що й зумовлює часте трактування експресії через емотивні показники значення. Експресія проявляється через інтонацію, тембр голосу, темп розмови, за допомогою вигуків, окличних речень.

Ми пропонуємо трактувати експресивізацію як прагматичне, усвідомлене, заздалегідь продумане компонуванням мовних засобів в усному

або писемному тексті у ролі маркерів підсиленого ефекту значення, мотивацію якого можна виявити в контексті.

4. Багатоаспектність пояснення експресивності впливає з її можливості виявлятися на різних мовних рівнях (фонетичному, лексичному, фразеологічному, ономастичному тощо). Звідси й вивчення експресивності в межах стилістики, семасіології, прагмалінгвістики, когнітивістики тощо. У польському мовознавстві дослідження експресивності зосереджені на аналізі словотвірних засобів (Б. Крея, С. Вархол, С. Граб'яс, Е. Масловська).

5. Експресивні мовні засоби в різних стилях можуть мати різне підґрунтя, як-от: у художньому стилі основною їхньою функціональною настановою є естетичний ефект, у науковому стилі, де трапляються значно рідше, функціонують як аргументи, що сприяють доказовості наукового твердження, у медійних текстах – це ефективні інструменти критичного оцінювання осіб і ситуацій, прагматичного впливу на переконання читацької публіки. Вживання експресивних мовних засобів у ЗМІ можна пояснювати особливістю функціонування медійних каналів, а саме: їхньою різножанровістю, різнотематичністю, специфікою автора як цілісного редакційного колективу та різними шляхами передачі інформації й доступу до інформації з боку читачів, розвитком інформаційного, техногенного, постіндустріального суспільства в постмодерністській світоглядній добі.

РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСІВІЗАЦІЇ В ТЕКСТАХ СУЧАСНИХ ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ

У пропонованому дослідженні дотримуємося думки, що мовна експресивізація – це функціональна, психоментальна, лінгвокреативна категорія, яка реалізується під час свідомого прагматичного процесу введення інтенсифікованого, параметричного, емотивного, оцінного показника до конотативного макрокомпонента лексичного значення мовної одиниці, або ж створення нової мовної одиниці з метою подачі важливої з погляду комунікатора інформації. Вважаємо, що експресивізація в текстах ЗМІ передається через показник ненормативності, що передбачає відхилення від мовної норми, (під якою розуміють „обрані з числа варіантів мовної реалізації, уніфіковані, свідомо фіксовані й найбільш поширені традиційні зразки (стандарти) засобів мови і правил їхнього вживання” [231, с. 444]).

Мовна експресивізація як ненормативність може реалізуватися через структурно-семантичні механізми (трансформація мовних засобів на структурному рівні, що супроводжується видозміною зовнішньої форми мовної одиниці, актуалізацією внутрішньої форми, асоціативним натяком, мовною грою, каламбуром тощо) та через семантико-стилістичні механізми (формування конотативного значення, переносне значення) під час вживання будь-якого класу мовних одиниць (СС, okazіonalʹnih neologizmiv, ВН, алюзій, тропеїчних структур тощо).

2.1. Експресивні можливості стійких словосполучень

Значний експресивний ефект у медійні тексти вносять усталені в мові словосполучення. Дослідження вживання фразеології на матеріалі сучасних медіа-текстів відображають яскраву тенденцію до оновлення ФО. До розряду СС зараховуємо власне ФО, прислів'я та приказки. Вибір об'єкта дослідження в цьому підрозділі зумовлений використанням у медіа-текстах трьох типів СС та їхнім потенціалом до експресивізації висловлювання.

2.1.1. Трансформація стійких словосполучень

Лінгвістичні студії польських та українських мовознавців зосереджують увагу на індивідуально-авторських способах впровадження СС у тексти медійного простору, які супроводжуються структурно-семантичними трансформаціями СС. Це зумовлює відхід від узусу та досягнення новизни фразеологізму зокрема та „оживлення” всього медійного тексту загалом.

У лінгвістичних студіях трансформація СС розглядається з різних поглядів і залишається не до кінця з'ясованою проблемою. Дослідження фразеологічних трансформацій міститься в руслі аналізу фразеологічної варіантності, фразеологічної норми та проблем, пов'язаних зі статусом компонента фразеологізму.

Питання варіантності СС у різних слов'янських мовах потрапляє під увагу мовознавців у 70 – 80 рр. минулого століття. Власне саме цей період стає важливим етапом розвитку синхронного дослідження фразеологічного рівня мовної системи [58, с. 17]. Одним із рушійних досягнень було виокремлення варіантності лексико-граматичного складу фразеології як мовної категорії. А це дало змогу виявляти додаткові експресивні значення СС та їхнє стилістичне диференціювання [58, с. 17]. Мовознавці підкреслюють відносну стабільність фразеологізмів і можливість синонімічної заміни компонентів, що призводить до утворення варіантів фразеологізмів [107]. Аналізу варіантності СС присвячують праці польські мовознавці: С. Скорупка, А. М. Левицький, А. Пайдзінська, Д. Буттлер, М. Басай, С. Бомба. Серед вітчизняних вчених внесок у вивчення варіантних можливостей ФО зробили В. М. Білоноженко, І. С. Гнатюк, Д. В. Вовчок, О. А. Сербенська, Л. Г. Скрипник, А. І. Мамалига та ін. Мовознавці-фразеологи вбачають причини явища фразеологічної варіантності в тенденції до оновлення компонентного складу ФО, до урізноманітнення морфологічної та синтаксичної організації та трактують фразеологічні варіанти як різновиди

лексичної, граматичної, стилістичної характеристики фразеологізму, внаслідок яких відбувається зміна оболонки ФО, але без зміни його значення [107, с. 3 – 5]. Таким чином, утворюються варіанти ФО на основі синонімічних зв'язків (наприклад: *postawić / stawić kwestię / sprawę na ostrzu noża*), при цьому вибір одного з кількох можливих компонентів-синонімів у тексті не вносить категоричних значеннєвих змін.

Трансформація СС є дещо іншим явищем, ніж їхня варіантність. На необхідності чіткого розмежування варіантів ФО та їхньої трансформації наголошувала Г. Майковська [185]. Вважаємо досить слушними докази, які вчена висунула з цього приводу, а саме: те, що трансформація ФО не може трактуватися як фразеологічна варіантність з огляду на одиничний характер трансформаційного процесу, через вмотивоване в контексті розуміння трансформації та через порушення варіантних норм чи синонімів одного фразеологізму [185, с. 150 – 151].

А. І. Мамалига зазначає, що основні прийоми трансформації СС сформувалися в художніх текстах, у яких автори для забезпечення поетичної та стилістичної функції вдавалися до різних творчих перефразувань СС, і наводить ряд прикладів трансформацій у творах Т. Г. Шевченка: СС *постригтися у ченці*; *підбитий вітром* змінюються відповідно на *постригтися у лакеї*; *волею підбитий, брехнею підбитий* [79, с. 72]. Польський вчений С. Бомба в поезії Ю. Барана фіксує випадки трансформації СС на кшталт *machnąć na kogo kosą*, пор. *machnąć na co / na kogo ręką* ('відмовитися від чогось або когось'). Трансформація здійснена у вірші про старих людей, які шукали зілля для вічного життя. Натомість *смерть махнула на них косою*, тобто перестала шукати, щоб забрати в них життя й дала їм самостійно зрозуміти абсурдність вічного життя [142, с. 132]. Така трансформація СС персоніфікує образ смерті з косою, служить стилістичному ефектові. Заміна компонента СС у наведених прикладах відбувається не на основі синонімічних зв'язків, а зумовлена потребою

тексту і з метою вираження авторського задуму. Отже, спостерігається явище цілеспрямованої трансформації, відмінне від явища варіантності ФО.

Г. Майковська відокремлює свідому трансформацію від несвідомої трансформації. Свідомою трансформацією, за словами авторки, є відхилення від фразеологічної норми, функціонально вмотивовується, прагматично впливає на зміну семантичної та стилістичної характеристики висловлювання, натомість несвідомою трансформацією трактується як помилкове вживання ФО через мовну некомпетентність автора [185, с. 143 – 144].

Фразеологічні трансформації в текстах сучасних польських ЗМІ входять у нову парадигму лінгвістичних досліджень, що базується на висвітленні прагматичних чинників комунікативного акту [62, с. 318]. Фразеологічні трансформації характеризуються як мовна гра, до якої закликає автор читача, як порушення фразеологічних норм на формальному рівні, що сприяє гармонії на комунікативному рівні та забезпечує інтерактивний діалог між автором та читачем [62, с. 317], як явища „змінні в сталому” [207, с. 503], а стабільність фразеологічних словосполучень у конкретному випадку може бути піддана сумніву. Медійна комунікація виходить за межі стереотипів, усталених правил, нав’язуючи читачеві правила мовної гри. „Фразеологічна гра”, як і гра з будь-якими іншими мовними одиницями, є результативною за умови вдало підібраної для трансформації ФО та обізнаності читача в галузі польської фразеології [62, с. 317]. Саме в таких випадках „іллокутивна сила неофразеологічного повідомлення перетворюється в очікуваний адресантом перлокутивний ефект, викликаний у адресата” [62, 317]. Іллокутивно-перлокутивна взаємодія реалізується на підставі експресивно-імпресивної функціональності мовних одиниць, спрямованої від автора до читача.

Експресивність СС, яка виникає в текстах ЗМІ, є контекстуально зумовлена. Використання трансформованих СС здійснюється з різних

причин. Це може бути свідченням, що інгерентна експресивність узуальних СС із частим вживанням втрачає свою виразність і сприймається носіями мови як традиційне слововживання. Як цілком влучно зазначає С. Бомба, ФО, уживаючись в автоматизованому вигляді (пол. *zautomatyzowana postać*) і в автоматизованому контексті (пол. *zautomatyzowany kontekst*), конкретизує багатозначність ФО, але не порушує ані фразеологічної норми, ані його структури, що могло б привертати увагу читача [142, с. 125]. Трансформовані СС створюються й у випадку браку структур у мові для передачі певного стану (думок) автора тексту, що зумовлює зміни традиційного СС на користь прив'язки до реальності, пристосування до інформації в тексті.

ФО як „готові формули” в словниковому запасі носія мови перебувають в резерві автора тексту для швидкого реагування на ту чи ту ситуацію та події суспільного життя [137, с. 73]. Вони зберігають у своєму значенні мовний досвід, історичну та культурну пам'ять народу зі здатністю відтворити цей досвід під час використання в конкретній комунікативній ситуації. Саме їхні відтворювані можливості стають рушійним двигуном під час процесу текстотворення. ФО є „характерною ознакою гнучкості інтелекту, внутрішнього темпераменту, своєрідного способу мислення як певного індивіда, так і нації загалом” [70, с. 143]. Завдяки цьому СС забезпечують досягнення експресивної функції мови, яка, власне, передбачає вираження в мовленні індивідуальних переживань мовця, його поглядів на конкретне явище чи ситуацію. Такого типу індивідуально-авторська творчість у фразеологічній системі мови на шпальтах газет і журналів виявляється в різних фразеологічних трансформаціях та новотворах. Так, у медіа-текстах функціонують СС без змін їхніх структурних та значеннєвих характеристик, а також СС, що зазнають „опрацювання”, трансформації елементів і структури [58, с. 127]. Унаслідок цього, узуальні СС у тексті реалізують свої абсолютні виразні якості, а трансформовані – потенційні [58, с. 127].

Зафіксовані в аналізованих текстах ЗМІ приклади авторського вживання СС показують, що мовна експресивізація досягається на рівні семантики (обігрування значення цілого СС або натяк на буквальне значення його складника; інтенсифікація значення; асоціативно-образне моделювання тощо). Одночасно на синтаксичному рівні здійснюється заміна компонентів СС, впровадження додаткових компонентів, створення фразеологічних контамінацій тощо. Це вказує й на уже доведений факт про системність мови, оскільки зміна на одному рівні „відзеркалюється” зміною на іншому.

Активним способом експресивізації тексту є процес актуалізації буквального значення одного з компонентів СС. Інтерпретація СС через звернення до дослівного значення, на думку Г. Майковської, є помилковою, тому що такого типу вживання СС повинно забезпечити тільки натяк на буквальне значення, його актуалізацію з метою заохотити читача до мовної гри [185, с. 156] та навпаки створити більш складну сітку метафоричних нашарувань. Саме тому в літературі предмету явище реалізації потенційних значень усіх або ж деяких компонентів СС позначається терміном *подвійна актуалізація* [9, с. 87], який чітко відображає подвійну природу аналізованого процесу, а саме: на першому етапі здійснюється відсилання у свідомості до дослівного значення компонента СС, а на другому етапі асоціативного мислення – накладання додаткових семантичних відтінків.

В аналізованих текстах сучасних польських ЗМІ зафіксовані різні випадки досягнення експресивного ефекту за допомогою СС. Сприяє цьому впровадження в текст лексем зі спільної лексико-тематичної групи конкретного компонента СС. Наприклад: *Tylko dzięki łapówce można wiele załatwić od ręki albo od nogi, nie mówiąc o płucach, wątrobie czy nerkach* [W 2002, nr 12, s.108] – *od ręki* ‘негайно, без необхідності очікування’ [247]. До компонента *ręka* дібрано лексеми *noga*, *płuca*, *wątroba*, *nerka*, що реалізує актуалізацію значення ‘частина тіла’ і зумовлює комічний ефект речення. *Podczas jednego wspólnego wyjazdu Donalda Tuska i Bronisława Komorowskiego*

na tereny dotknięte powodzią **pierwsze skrzypce grał premier**, a marszałek mu tylko **akomponował** [W 2010, nr 23, s.12] – *grać pierwsze skrzypce* ‘мати вирішальний голос’. Дієслова на позначення музичної діяльності людини (*grać* і *akomponować*) надають контекстуального метафоричного значення ‘бути другорядним, виконувати другорядну роль’. *Dość powiedzieć, że na nieformalnym spotkaniu liderów SLD nawet wyluzowany i sarkastyczny Włodek Czarasty podsumował tę kampanię, **rzucając mięsem**. Mięsem? **Raczej rzucił kilotoną flaków*** [wS 2015, nr 16, s. 6] – *rzucać mięsem* ‘уживати вульгарні, образливі слова’. Лексеми *mięso* і *flaki* – з тематичної групи будова і функціонування організму звірів, однак лексема *flaki* характеризується стилістичною маркованістю розмовної сфери функціонування, тому підсилює значення ФО *rzucać mięsem* і в конкретному випадку означає ‘**інтенсивно** вжити під час розмови вульгаризми’.

Основну роль під час натяку на буквальне значення компонента СС відіграє його оточення. Від того, які мовні засоби використає автор для введення СС у речення, залежить і передача змісту інформації, і ефективність сприйняття авторської інтенції. В. М. Білоноженко та І. С. Гнатюк під терміном *оточення фразеологізму* розуміють „найближчий контекст, з яким фразеологізм вступає в безпосередній граматичний та смисловий зв'язок” [9, с. 84]. Розрізняється мінімальний і максимальний контекст СС, які трактуються відповідно як контекст, у якому СС реалізує свої звичні можливості сполучатися з конкретними лексемами (наприклад: *zachodzić w głowę* – *kto* + *zachodzi w głowę*, *chować pod kocem* – *kto* + *chowa pod kocem* + *co*) і сукупність виразів, що належать до спільного семантичного поля і стилістично не відрізняються [140, с. 21]. Отже, вживання фразеологізму в межах фразеологічної норми передбачає його впровадження в мінімальний і максимальний контекст, закріплений узусом. Натомість контекст змінюється для досягнення увиразнення значення СС. При цьому в оточення СС може вводитися лексема, що корелює з прямим значенням компонента СС.

Наприклад: *Czy ministrowi zdrowia uda się zaszyć finansowy worek bez dna, jakim są szpitale?* [Prz 2005, nr 9, s. 26], пор. *worek bez dna* (ktoś / coś + *worek bez dna*) ‘про когось чи про щось, у що вкладається багато праці, грошей без результату’ та *zaszyć worek bez dna*. Поєднуючись з дієсловом *zaszyć* ФО *worek bez dna* образно відсилає читача до первинного значення лексеми *worek* як ‘сумки з полотна чи шкіри, яку можна зашивати’. Проте знову ж таки, як зазначалося в попередніх міркуваннях, такий прийом приводить до фразеологізації лексеми, при чому словосполучення *zaszyć finansowy worek bez dna* набуває значення ‘припинити фінансові вкладення в неефективну діяльність, вирішення фінансових проблем’. Подібне явище спостерігаємо й у такому прикладі: ***Włosek, na krótym w Platformie wisi Gowin, się rwie*** [GW 2012, nr 14, s. 28], пор. *coś wisi / zawisało na włosku*, тобто ‘щось може відбутися в будь-яку хвилину’. Текстова фразеологізація *włosek się rwie* набуває значення ‘щось уже почало відбуватися’. Розглянемо ще один приклад: *Posłanka PiS nie tylko jadła na Sali obrad, lecz mięso uciekło jej z talerza i rzuciła nim pod adresem opozycji i dziennikarzy* [wS 2014 – 2015, nr 53 / 1, s. 10], пор. *rzucić mięsem*. Текстова трансформація *mięso uciekło z talerza i rzuciła nim* з використаною персоніфікацією натякає на значення лексеми *mięso* як страви.

Аналіз через звернення до дослівного значення СС або його компонента можливий завдяки тому, що компоненти СС первісно функціонували в мовній практиці як вільні сполучення, а згодом зазнали метафоричного перенесення і фразеологізувалися. Саме ця особливість, на думку В. М. Білоноженко та І. С. Гнатюк, дозволяє письменникам, авторам художніх творів [і медіа-текстів також – М. І.] поєднувати в одному виразі як пряме, так і переносне його значення [9, с. 88].

Серед частини дібраних з медіа-текстів прикладів спостерігається тенденція до процесу актуалізації значення узуальної лексеми внаслідок введення її до складу СС на місце сталого компонента, тобто здійснюється

процес субституції. У результаті цього відбувається прив'язка СС до конкретної текстової інформації: *Strach ma wielkie **rogi*** (заголовок статті), пор. *strach ma wielkie oczy* ‘небезпека перебільшується під впливом страху’. Зміна компонента *oczy* на *rogi* підкреслює інформацію про велику рогату худобу, що про неї йде мова у статті: *Aż 41 proc. Polaków ograniczyło lub zamierza zmniejszyć spożycie mięsa wołowego, bojąc się choroby Creutzfeldta-Jakoba – wynika z ostatniego sondażu Demoskopu* [Prz 2001, nr 28, s. 26]. Схожий приклад зміни цієї ФО для позначення тої самої ситуації знаходимо й у тексті іншого журналу: *Strach ma **krowie** oczy* [P 2001, nr 6, s. 13]. При цьому в першому випадку використана заміна субстантива *oczy* – *rogi*, а у другому – ад’єктива *wielkie* – *krowie*.

Наступний приклад, що є заголовком тексту: *figa z **bankiem***, утворений на основі узуальної ФО *figa z makiem*. Мотивація субституції впливає з контексту: *Dla młodzieży bez solidnego materialnego zaplecza, planującej w tym roku podjęcie studiów, mamy ostrzeżenie: nie wiążcie przesadnych nadziei z kredytami studenckimi. Liczcie raczej na siebie* [P 2001, nr 20, s. 86]. Як бачимо, значення такої ФО *figa z makiem* ‘вираз, який вживається з метою дати комусь зрозуміти, що чогось не зробиться, щось не станеться’ не змінюється, але це значення пристосовується до інформації про те, що студентам не буде надано кредит від банку.

Досить часто змін зазнають ФО зі структурною моделлю словосполучення ‘іменник + іменник у родовому відмінку / прикметник’, джерела яких сягають античної міфології. Експресивна ефективність саме таких ФО може пояснюватися їхньою ‘компактною’ формою та семантичною наповненістю, а заміна одного із компонентів дозволяє акумулювати цілий ряд асоціацій та оцінок. Наприклад: *korytarz niezgody* [GW 2002, nr 110, s.10], пор. ФО *kość, jabłko niezgody* ‘причина, об’єкт суперечки’. Тут мова йде про безвізовий транзитний коридор з Калінінграду до Росії, у Білорусію через територію Литви та Польщі. *Teczki Pandory*

[Р 2003, nr 19, s. 30] – інформація про папки з документами, які містили відомості про політичну або антиполітичну діяльність у період Народної Польської Республіки, пор. *puszka Pandory* ‘джерело нещастя, клопотів’. Тому й папки з документами кваліфікуються як ‘джерело клопотів, нещастя’. У польській мовній практиці лексема *teczka* зазнала фразеологізації внаслідок низки подій, пов’язаних з розслідуванням та викриттям осіб, які були причетні до діяльності Служби безпеки Народної Польської Республіки (1992 р.). Ці події в мові преси знайшли своє відображення у словосполученнях-новотворах *afeta „czarnych teczek”*, *afeta z teczkami* [182, с. 191] та ФО *mieć teczkę na kogoś* зі значенням ‘мати документи, що можуть кого-небудь скомпрометувати’.

Заголовок *Stajnie Gudzowatego* [GW 2001, nr 17, s. 12] описує діяльність акціонерного товариства *Bartim* мплекс польського бізнесмена О. Гудзоватого як ‘сукупність неправильних рішень, проблем і помилок’, пор. *stajnia Augiasza* ‘про безпорядок, занедбання, помилки, що вимагають усунення’. Трансформована ФО *Węzeł brukselski* (пор. *węzeł gordyjski*) у ролі заголовка вказує на інформацію про економічні проблеми у країнах Європейського Союзу: [...] *trzeba obniżyć dług i deficyt, nie narażając się na ryzyko inflacji przez proste dodrukowywanie pieniądza bez pokrycia? Oto węzeł brukselski, nad którego rozwiązaniem będą się głowić w najbliższych miesiącach europejscy przywódcy. Czy ktoś zdobędzie się na to, żeby go przeciąć?* [W 2012, nr 20, s. 80]. Уведення лексеми до складу ФО підкреслює тематику конкретної ситуації та відображає її оцінку, відсилаючи до значення ФО, тому безвізовий транзитний коридор оцінюється як ‘проблемна ситуація, що є причиною політичного непорозуміння’.

С. П. Коновець, аналізуючи комунікативно-прагматичні особливості процесів актуалізації СС в іспанській пресі, зазначає, що серед СС, які є носіями фонові інформації, помітно виділяються СС образного характеру [58, с. 44]. Як влучно підмічає дослідниця, образні СС, „вбираючи в себе

інформативність лексем і семантично їх перетворюючи, вони виражають не тільки нові значення, але й нові прагматичні відношення” [58, с. 44]. Увиразнення саме образних СС внаслідок заміни усталених мовною практикою складників – мовних образів приводить до накладання нової інформації на традиційний образ. Наприклад: *Łowienie sędziów w mętnej wodzie* – пор. *łowić rybę w mętnej wodzie* ‘отримати прибуток нечесним шляхом’. Значення авторської трансформованої СС вказує на неправові засади вибору суддів Конституційного Суду в Польщі. Ось фрагмент з тексту, що підтверджує логічність трансформації: *Kandydaci na sędziów Trybunału Konstytucyjnego wiedzą, że mają się podobać nie publiczności, ale politykom, którzy ich wybierają. A im bardziej nieprzejrzyste są zasady wyłaniania kandydatów, tym politykom wygodniej* [GW <http://wyborcza.pl> 10.10.2015]. У тексті ад’єктив *nieprzejrzyste* входить в контекстуальне синонімічне відношення з ад’єктивом *mętna*, наголошуючи на значенні ФО ‘хтось отримує користь із неясної ситуації’ [247]. Ефективне досягнення увиразненого ефекту, наголошення на конкретній ситуації здійснюється трансформацією усталених у мовній практиці СС, яка насамперед базується на порушенні звичайних асоціативних зв’язків слів [79, с. 73]. Так, у свідомості носіїв мови в *mętnej wodzie* ловиться *ryba*, а натомість у цій ситуації – *sędziowie*, що призводить до ефекту несподіванки під час сприйняття інформації.

Наведемо речення, що виконує функцію підзаголовка в медіа-тексті під назвою *Dwie prędkości donikąd: Jeśli nie odpowiemy sobie na pytanie, czego właściwie chcemy od EU, możemy się obudzić z ręką w... drugiej prędkości* [W 2004, nr 14, s. 54] – пор. *obudzić się z ręką w nocniku* ‘опинитися або перебувати в ситуації, у якій запізно щось змінювати, протистояти чомусь, бути чимось здивованим або пізно відреагувати на щось’. Заміна компонента *nocnik* не порушила значення СС і підготувала читача до інформації, про якусь ще невідому ситуацію, у якій є ‘вже запізно на протидію чомусь’.

Образність СС виявляється в їхніх можливостях викликати у свідомості читача наочні уявлення, яскраві картинки, на тлі яких відбувається сприйняття предметного та понятійного змісту мовних одиниць [58, с. 45]. Саме з цієї причини сприйняття зміненого СС може супроводжуватися виникненням в уяві предмета реальної дійсності – денотата лексеми *posník* (укр. *нічний горищик*). Мотивація розуміння заголовка та словосполучення *druga prędkość*, впровадженого до складу СС, зрозуміла з фрагмента статті: *Sugeruje się nam, że pierwsza prędkość, to prędkość unii, jaką znamy, unii regulującej szczegółowo wysokość drabiny i kąt zakrzywienia banana. Należy się domyślać, że jest to prędkość niesatysfakcjonująca nikogo. Przez kontrast należy domniemywać, że ta druga prędkość, to ho ho, panie dobrodzieju, jaka to byłaby prędkość, gdyby nie Polska i inni egoiści, którzy trzymają unię za poły, powstrzymują ją na drodze do świetlanej przyszłości* [W 2004, nr 14, s. 54].

В. М. Білоноженко та І. С. Гнатюк відзначають, що ФО утворюються як результати трансформації дійсності [9, с. 19]. Якщо ж трансформація дійсності відбувалася для створення ФО, то для видозміни уже готової ФО відбувається т. зв. перетрансформування дійсності, тобто пристосування ФО до певної інформації. При цьому реалізується перерозподіл мовної енергії, що є закономірним явищем для багатьох випадків мовної практики [137, с. 76]. Розглянемо конкретні приклади: ***Polityka*** w *giełdowym składzie porcelany* [GW 2012, nr 3, s. 2] – пор. *jak słoń w składzie porcelany* ‘невмілим, незграбним, незручним способом’. Асоціативна напруга образу слона як великої незграбної тварини на тлі крихкої порцеляни переміщується на узагальнений образ політики (конкретніше процесу ведення політичної діяльності). Інший зафіксований приклад: *Moje hasło: Nie wylewać Hartmana* [Я. Гартман – польський філософ, політик – М. І.] *z kąpielą* [P <http://passent.blog.polityka.pl> 5.10.2014] – пор. *wylać dziecko z kąpielą* ‘використати надто радикальний спосіб, який не тільки усуває негативні якості яких-небудь речей чи явищ, але знищує їх’. Субституція компонента

СС спрямована на вираження авторського негативного ставлення до політика, але „пом'якшує” гостру критику.

Експресивною напругою відзначається символ у складі СС. Символіка „трансжанрова, а отже, тісно вплітається у фразеологічну систему як базовий компонент, що формує і здебільшого мотивує всю ідіому” [122, с. 47]. Зафіксований у журналі приклад *kogut ofiarny* був створений на основі звернення до півня як символу жертвності. Символічне значення півня-жертви поєднується зі значенням ФО *koziół ofiarny* ‘про когось, на кого покладається незаслужено вина з метою вберегти насправді винних’. Автор у тексті відсилає читачів до образу півня в єврейській культурі та порівнює з ним польський народ: *Dziękujemy Wam, dziękujemy, że jesteście, bo dalej nie brakuje u Was ludzi gotowych pełnić zaszczytną funkcję kózłów ofiarnych. Żydzi w święto Jom Kip-pur co roku zarzynali koguta, by mogli „długo żyć w spokoju”. Wasz poeta pisał, że jesteście pawiem i papugą narodów. Przede wszystkim jednak jesteście właśnie takim globalnym kogutem ofiarnym* [wS 2015, nr 17, s. 96]. У наведеному фрагменті автор відсилає читача до вірша польського поета Ю. Словацького „Гробниця Агамемнона”, у якому в рядках: *Polsko! lecz ciebie błyskotkami ludzq! / Pawiem narodów byłaś i papugą* закодований натяк на період існування могутнього Польського Королівства. Про це свідчать символи названих птахів, зокрема, павич є уособленням гідності, гордості, вічної краси, влади та придворного життя [238, с. 305]. Недаремно, риса гордості знайшла своє відображення у СС *dumny jak paw* зі значенням інтенсивності ознаки, тобто ‘**дуже** гордий’. Однак у наступних рядках вірша засуджується польський народ: *A teraz jesteś służebnicą cudzą*. Подібного ефекту досягає автор статті, оскільки створює символ *koguta ofiarnego*, який повинен з більшою інтенсивністю виразити критику, авторські роздуми і передати такі судження читачеві. ФО набуває багаторівневих асоціативних нашарувань, які виникають завдяки відсиланню до символу жертвовного півня в єврейській традиції та контрастному зіставленню з позитивними символами

павича й папуги. Авторські твердження нагадують умовиводи, що узагальнюються у фразеологічному новотворі *kogut ofiarny*. Недаремно О. О. Селіванова зазначає, що ФО „мають подвійну знакову природу: з одного боку, вони є явищем системи мови, з іншого, своєрідною етнокультурною рефлексією мовця в комунікативній ситуації” [231, с. 768].

Під час заміни компонентів СС створюється експресивність сарказму. Наприклад: *Grupa ekspercka wspomagając się witaminami w postaci żółdkowej gorzkiej, pracuje w **pocie kieliszka i widelca** dzień i noc, odcięta od świata niczym uczestnicy konklawe* [W 2013, nr 13, s. 8] – пор. *pracować w **pocie czola***. Уведення субстантивів *kieliszek i widelec* як атрибутів споживання їжі та напоїв (у конкретному випадку алкогольних) натякає на відповідний вид діяльності, тобто дипломатичне застілля. Експресивного ефекту висловлюванню додає не тільки змінене СС, але і його оточення. Так, окреслення алкогольного напою як *witaminy w postaci żółdkowej gorzkiej* сприяє саркастичному забарвленню. Співвіднесеність авторського СС зі значенням узуального СС *pracować w **pocie czola*** ‘тяжко працювати’ теж підкреслює інтенсивність описуваної діяльності суб’єктів повідомлення – ‘застілля як тяжка праця’. Порівняння експертної групи з групою кардиналів, що вибирають Папу, досягає бурлескного обігрування.

Експресивні потенційні можливості СС полягають і у здатності СС перетворюватися в розгорнуту метафору. СС зі значенням, яке за такого прийому не зазнає змін, стає основою для моделювання метафоричного образу. При цьому розгорнутий образ стає текстотворчим чинником: *Poprawność polityczna oznacza ślizganie się, nieraz bardzo pięknie i **figurowanie po nader cienkim lodzie**. Ale ten **lód pęka**, często w całkiem nieoczekiwanych miejscach. Pękł w gmachu Sejmu. Pękł w pogotowiu* [P-d 2002, nr 6, s. 75] – пор. *ktoś stąpa po kruchym / cienkim lodzie*. СС уживається у звичному значенні ‘хтось здійснює ризиковану діяльність’ [247], але увиразнюється образ льоду, по якому ковзаються та який тріскає. Політична коректність порівнюється з

катанням на льоду. Цікавим є й інший приклад: *Nożyce do stołu* (заголовок статті), пор. *uderz w stół, a nożyce się odezwą* ‘особа, яка щось має на сумлінні, шукає натяків на це у висловлюваннях інших людей і різко реагує’. Підтвердження натяку саме на це СС знаходимо в тексті: *A ja, jako **nożyce**, które **odezwały się po uderzeniu w stół** przez pana Rybińskiego, jestem gotów pokazać mu negatywy zdjęć „towaru”, rachunki samolotowe, hotelowe i taksówkowe Kuby z Sulejmanii* [P-d 2005, nr 13, s. 74]. Подібний ефект досягається в цитаті: ***Dolki**, które pod innymi **kopie** SLD, mogą się okazać **grobem dla samego sojuszu*** [W 2004, nr 24, s. 36]. Як бачимо, СС *kopać pod kimś dolki / kto pod kim dolki kopie, sam w nie pada* ‘таємно діяти на чиюсь шкоду’ використовується у зміненому вигляді. Структура дієслівного СС зазнає зміни на форму складного речення з означальним підрядним, при цьому впроваджується натяк на СС *kopać komuś / czemuś grób* ‘доводити когось до погибелі’. СС має зазнавати трансформації в медіа-текстах у міру раціональності, тобто зміна СС з конкретною авторською інтенцією не має вийти за межі розуміння та розпізнавання вихідного СС. Якщо причинно-наслідковий ланцюг розмірковування під час прочитання (від трансформації до СС, що було основою для трансформації) порушений, то й трансформація втрачає свою „художньо-естетичну цінність, позбавляється будь-якого змісту” [9, с. 112].

2.1.2. Стійкі словосполучення як засоби інтенсифікації

висловлення

Аналіз польських медіа-текстів засвідчив, що до найбільш частотних прийомів інтенсифікації змісту повідомлення належать такі: розширення компонентного складу СС внаслідок використання ад'єктивів зі значенням інтенсивності вияву ознаки, поєднання (контамінація) двох СС, впровадження двох і більше СС у відносно невеликі фрагменти тексту. Розглянемо докладніше кожен з прийомів.

1. Уведення ад'єктивів зі значенням інтенсивності вияву ознаки. Наприклад: *Po długich latach lekceważenia opinii publicznej próbuje przekonać warszawiaków, że jest miła, sympatyczna i dbająca o mieszkańcy stolicy. A to znaczy, że **śmiertelny strach** zajrzał PO w oczy* [wS 2013, nr 37, s. 79] – пор. *coś zagląda w oczy* ‘комусь загрожує щось несприятливе’ [247]. Ад'єктив *śmiertelny* підсилює семантику субстантива *strach*. Порівняймо використання цього ж таки СС: *Rybnik, Elbląg, Podkarpacie. Do pełnej analizy brakuje jeszcze wyniku referendum w Warszawie, ale już można powiedzieć, że **wielki strach** zagląda w oczy władzy* [wS 2013, nr 37, s. 28]. В обох випадках застосовані додаткові поширювачі-ад'єктиви, але в першому досягається більш інтенсивне вираження ознаки, ніж у другому. *To **gigantyczny garb** na plecach młodych Polaków. Już od września minister Rostowski będzie zaciągał długi na konto przyszłego, jeszcze bardziej dziurawego budżetu widma na 2014* [wS 2013, nr 35, s. 99] – пор. *brać sobie garb na plecy* ‘робити щось складне, неприємне, клопітке’. Ад'єктив *gigantyczny* загострює увагу читачів на описуваній ситуації й маркує СС вищою мірою інтенсивності ознаки ‘дуже великий’. Узувальне СС у тексті змінює свою структуру „дієслово + іменник у знахідному відмінку + іменник з прийменником у місцевому відмінку” на „іменник в називному відмінку + іменник з прийменником у місцевому відмінку”. Зміна структури є своєрідним способом перерозподілу уваги та концентрації на суб'єкті повідомлення.

2. Контамінація СС підсилює значення обох сполучень. Наприклад: *Jedyny prawdziwie patriotyczny kandydat Grzegorz Braun wali prawdę bez ogrodek* [wS 2015, nr 16, s. 7]. Реалізується схрещування СС *walić prawdę / walić prawdę prosto w oczy / prosto z mostu* зі значенням ‘говорити щось прямо, незважаючи, який це викличе ефект’ [247] і СС *bez ogrodek / mówić bez ogrodek* зі значенням ‘так, що нічого не приховується, незважаючи на те, що сказане може бути для співрозмовника неприємним’ [247]. Авторська контамінація двох СС відбулася завдяки їхній семантичній близькості.

Н. І. Кочукова вказує на нечасте вживання контамінованих СС порівняно з іншими видами трансформацій СС. Причини цього дослідниця вбачає в семантичній цілісності вихідних одиниць [61, с. 97]. Адже СС як досить стійкі мовні „блоки” з меншою продуктивністю піддаються схрещенню між собою. Якщо ж автори медіа-текстів все ж таки вдаються до такого мовного прийому, це свідчить про їхнє неабияке знання фразеології. Підтвердженням є зафіксовані випадки контамінацій в аналізованих текстах: *Wraz z Małyszem lata cała Polska. Wiele wspólnego mają politycy. W czasie wyborów latają za elektoratem, a po wyborach lata im elektorat. Dzięki ich błędom wielu ludzi wylatuje z pracy. Bywa, że lecą politykom notowania – i to na leb, na szyję. Posłowi Firakowi z SLD poleciało na szyję i miał takiego kaca, że nie był w stanie wyjść na mównicę* [W 2002, nr 6, s. 108]. У наведеному фрагменті відбувається текстотвірне обігрування дієслова *latać* (заголовок статті *Co komu lata?*). Такий прийом зумовлює використання СС *lecieć na leb, na szyję* у значенні ‘дуже швидко’ [247]. У наступному реченні здійснюється контамінація зазначеного СС зі СС *ktoś daje w szyję*, що означає ‘хтось зловживає алкоголем’ [247], як наслідок – фразеологічна контамінація *poleciało na szyję* зі значенням ‘швидко й інтенсивне сп’яніння’.

3. Упровадження двох або більше СС у фрагмент тексту, тобто створення текстових фразеоконструкцій, що сприяють т. зв. наростанню інтенсивності. Наприклад: *Liczba aresztowanych za korupcję dowodzi, że*

przemawiając do ręki, trzeba to robić z głową [W 2002, nr 12, s. 108] – *ktoś przemawia do ręki komuś* ‘хтось дає хабаря’ [247], *z głową* ‘у продуманий, розважливий і правильний спосіб’ [247]. *Kupienie portfela za ostatnie pieniądze to najlepsza decyzja u progu bankructwa. Takiej desperacji krok rządu Millera dowodzi, że socjalistyczna władza poszła po rozum do głowy i nie zamierza wracać z pustymi rękoma* [W 2003, nr 42, s. 3] – *ktoś poszedł do głowy po rozum* ‘хтось почав думати раціонально, знайшов рішення проблеми’ [247], *z pustymi rękami* ‘без чогось, на що очікувалося’ [247]. „Нагромадження” СС робить текст завуальованим, непрямі натяки можуть виражати різні відтінки значення, наприклад, іронію: *Wielu politykom obywatele zawadzają i wkurzają ich, bo to przez obywateli właśnie muszą co cztery lata stroić małpie miny i obiecywać gruszki na wierzbie* [wS 2015, nr 17, s. 95] – *stroić miny* ‘капризно поводитися, показувати незадоволення’, *gruszki na wierzbie* ‘про щось корисне, але недосяжне’; комізм: *Na wyróżnienie zasłużył nieoceniony Stefan Niesiołowski, który przez cały rok dzielnie gasił pożary wywołane przez PiS, mężnie pluł na opozycję i dziennikarzy niewspierających rządu, intensywnie toczył pianę na dźwięk nazwiska „Kaczyński”* [wS 2015, nr 53 – 1, s. 18] – *pluć na kogoś, na coś* ‘очорняти когось’, *toczyć pianę* ‘бути дуже знервованим, злим’; критику: *Jesteśmy barbarzyńcami. Trzeba spojrzeć prawdzie w oczy i nie owijać prawdy w bawełnę* [W 2001, nr 8, s. 102] – *spojrzeć prawdzie w oczy* ‘спокійно взяти до відома неприємні факти’, *nie owijać czegoś w bawełnę* ‘говорити про щось щиро, нічого не приховувати’; *Chociaż nasza chata z kraja, balansowania na ostrzu tej brzytwy przeoczyć się nie da* [Prz nr 8, 2002, с. 7] – *moja chata z kraja* ‘щось мене не цікавить, не стосується’, *postawić, stawić sprawę, kwestię na ostrzu noża* ‘категорично вимагати вирішення якоїсь проблеми’ тощо. Додатково може відбуватися заміна лексеми, як в останньому прикладі: *nóż* змінено на *brzytwa* через більшу міру інтенсивності впровадженого субстантива, оскільки *brzytwa* – це ‘дуже гостре лезо’ [246].

2.1.3. „Гра” з багатозначністю компонента стійких словосполучень

СС відіграють значну роль у створенні емотивної напруги й оцінної канви цілого тексту. Вживаючи СС, тематично важливе для критичних розмірковувань протягом цілого тексту, автор моделює своє висловлювання на основі обігрування багатозначності одного з компонентів СС. Текст при цьому часто будується таким чином, що СС або його трансформація, або компонент займають у тексті психологічно активні позиції насамперед початок – це заголовок або підзаголовок і кінець тексту як узагальнення міркувань. Тут маємо справу з експресивізацією цілого тексту, а мовні засоби з підсиленням значенням виступають опорними активізаторами, що спрямовують увагу читача, тобто засобами прийому когерентності. Експресивність тексту є дещо іншим поняттям, аніж експресивність мовної одиниці. Експресивність тексту – це поняття ширше за експресивність окремих мовних одиниць. Експресивність тексту та експресивність мовних одиниць можуть бути пояснені у відношенні ціле до одиничного. В. А. Маслова відзначає, що загальну експресивність тексту зумовлюють окремі експресивні мовні засоби і називає ці мовні засоби „порушниками спокою” [80, с. 183], „дорожніми знаками” [80, с. 191] для розуміння закодованого підтексту.

Натяк на СС здійснюється в такому прикладі (наводимо тільки сегменти тексту): ***Kielznanie w konia*** (заголовок): *Cimoszewicz **okielzna** rozpasane **dyskusję** sejmowe. **Kielznanie Sejmu** ze szczególnym uwzględnieniem dyskusji to jest zadanie dla prawdziwego demokraty z krwi i kości. Kantar, hołoble i bat. Wiśta, moje siwki, wiśta. Piękna rekomendacja dla kandydata na marszałka od czołowego forysia Janika [...] Może by tak ktoś wreszcie **okielzna Janika?** [...] I dopiero wtedy się okaże, jaki **jest nieokielznany** [...] Chcecie sobie coś zakombinować, rozegrać, zaintrygować, róbcie to dyskretnie. Po cichu. Przestańcie wreszcie nas **kielznać w konia*** [Rz 2005, nr 2, s. 2]. Експресивний ефект полягає у „грі” зі значенням дієслова *kielznać*. У прямому значенні

дієслово *kielznać* – це ‘одягнути коневі або іншій верховій тварині вуздечку’, у переносному значенні – ‘приборкувати, стримувати’ [236, с. 319]. У фрагменті метафорично вживаються словосполучення: *okiелznać dyskusję* ‘керувати дискусією’, *kielznanie Sejmu* ‘керування Сеймом’, *okiелznać Janika* ‘стримання особи’. Натяк на СС репрезентований у заголовку та останньому реченні статті як її підсумок: ***kielznać w konia***, пор. *robić w konia* ‘несерйозно до когось ставитися, знущатися’, що й прагматично вмотивовує обігрування дієслова ***kielznać***.

Обігруватися можуть окремі семи певної лексеми, як у наведеному нижче прикладі, де субстантив *małpa* є стрижневим компонентом статті під заголовком *Czas na **małp**: Od niepamiętnych czasów ludzi fascynowały **małpy**. Być może ma to związek z faktem, że zdaniem naukowców – sam człowiek jest **małpą** [...] Najśłynniejsza **małpa** w telewizji to oczywiście King Kong. Zdaniem niektórych King Konga przebija poseł Łyżwiński z Samoobrony, ale to chyba przesada. Małpy miały duży wpływ na powstanie cywilizacji. „**Małpka**” to przecież zwyczajowe określenie ćwiartki wódki. Po **strzeleniu kilku „małpek”** wielu dostaje **małpiego rozumu**. Wbrew temu, co się sądzi, małpi rozum w zupełności wystarczy, by piastować stanowiska czy napisać książkę [...] żołnierze aby zachęcić **małpy** do wejścia na **pole minowe**, robią do nich **małpie miny**. Premier nie musi **robić małpich min**, aby kogokolwiek zachęcić do bycia ministrem [...]* [W 2003, nr 18, s. 110]. Організація тексту полягає в актуалізації різних сем лексеми *małpa* в кожному окремому лінійному контексті. Так, найперше автор звертається до наукової теорії про походження людини від приматів. Згодом впроваджує алюзію на кінострічку „Кінг Конг”, головним персонажем якої була велика горила, що символізувала силу, знищення навколишнього середовища. Алюзію впроваджено як засіб критики осіб, що поводяться нерозсудливо та приносять багато шкоди оточенню. Найменування чарки з горілкою („*małpka*”) вжите з метою підсилення СС *dostać małpiego rozumu* ‘почати по-дурному поводитися’, *robić małpie miny*,

пор. *stroić miny* ‘робити безглузді гримаси обличчям’. Адже люди під впливом алкоголю починають нерозумно поводитися.

Розглянемо й такий текст: **Krótką ławką** (заголовок): [...] *problemem polskiego życia politycznego jest dziś krótka ławka. Gdy tylko jakaś partia dobije się do władzy i zaproponuje swoich ludzi na wysokie urzędy, już słyszymy że z zapleczem personalnym u nich kiepsko. Do niedawna mylnie sądzono, że po przygodach sądowych ekipy SLD, a później PiS, to właśnie Platforma przewycięży fatum krótkiej ławki. Dziś po eksperymentach z ministrami Arkułowiczem i Gowinem czy z ministrami Muchą widać, że prędzej nam drzazgi z ławki wejdą w tyłek, niż krótka ławka się cudownie wydłuży [...]* Ławka odgrywa dużą rolę kulturotwórczą. Rysowanie na ławkach w czasie nudnej fizyki czy chemii, a także rzeźbienie w ławce na lekcji historii to nawet dziedziny sztuki. Ławka ma także znaczenie pedagogiczne. Osobnicy wyróżniający się swym temperamentem siedzą zwykle w *oślej ławce* [...] Ławka obecna jest także w życiu sądownictwa, gdzie pełni wiele ważnych i odpowiedzialnych funkcji. Osobnicy uwielbiający siedzenie w ławce zwani są ławnikami. Na *ławce sądowej* spotykają się zarówno przestępcy, jak i ich ofiary [...] Ławka jest także napiętym marzeniem polityków. Nawet kosztem łamania ładu polityk walczy o swoją *ławkę poselską*. Chcąc wywalczyć dla swojego ugrupowania więcej ławek w Sejmie politycy łączą się w grupy i atakują *szeroką ławę*. Na ławcę można nie tylko siedzieć, lecz także można ją *grzać*. Ludźmi, którzy najczęściej *grzeją ławki*, są piłkarze siedzące na *ławkach rezerwowych* [...] Stare przysłowie głosiło: *raz na ławcę, raz pod ławką*. Dziś wszyscy jesteśmy *pod ławką*, a godpodarka *pod kreską*. Rząd siedzi w ławach rządowych, bezdomni na ławkach dworcowych, a emeryci na ławkach w parku [...] Od *krótkiej ławki* do *rządowego fotela* odległość niewielka, ale w razie wpadki miejsce na *ławie oszakżonych* zawsze się znajdzie [W www.wprost.pl 12.03.201].

Тут виникає сітка семантичних зв'язків між окремими значеннями лексеми *ławka*. ФО *krótka ławka* сформувалася в політичній сфері польської мови недавно і функціонує зі значення ‘недостатня кількість компетентних людей

у політиці' на основі образу короткої лавки як місця для сидіння політиків у Сеймі. Сема 'короткість' набула переносного значення 'недостатня кількість чогось'. Кодифікована ФО *ośla ławka* 'остання у шкільному класі парта для найгірших учнів' ужита в тексті для асоціації політиків з неслухняними школярами. ФО з футбольної сфери *grzać ławkę* зі значенням 'бути в резерві' контекстуально інтенсифікує сему 'некомпетентність' у значенні ФО *krótka ławka*. Оскільки найчастіше причиною того, що футболіст залишається на лаві запасних, є недостатня професійна майстерність і вправність. ФО *być pod kreską* використано як логічний умовивід на основі декількох суджень, тобто попередніх СС. А саме: трансформоване прислів'я *raz na ławcę, raz pod ławką* (пор. *bywać raz na wozie, raz pod wozem* 'одного разу – добре, іншого – погано') підкреслює непередбачуваність подій і стверджує, що одного разу можна опинитися у вигідній ситуації, а іншого – у протилежній і несприятливій. Згодом автор від імені збірного образу поляків завдяки усіченню прислів'я *pod ławką* імплікує значення 'поляки перебувають у несприятливому фінансовому становищі'. Усічення, на нашу думку, здійснюється для того, щоб впровадити в текст подібну за структурою ФО *być pod kreską* зі значенням 'не мати грошей'. Саме це СС як підсумок характеризує ситуацію у сфері польської політики як негативну через недостатність державних коштів. Можна припустити й те, що прислів'я *raz na ławcę, raz pod ławką* також натякає на посаду політиків у Сеймі, яка є тимчасовою й залежить від результатів виборів. Тому в семантиці лексеми *ławka* виникає метонімічна сема 'посада в Сеймі', що співвідноситься зі словосполученням *rządowy fotel* 'урядова посада' і вмотивовує його використання як натяк на ФО *fotel ministerialny* 'посада міністра' тощо.

Отже, з набором сукупності експресивних засобів виникає експресивна напруга цілого тексту та ланцюг семантичних відтінків лексем. Комплекс мовних засобів і контекстуальна актуалізація значень певної лексеми сприяє мовній грі, виникненню асоціативних зв'язків, активізує різні види

конотативних значень, зокрема іронічні відтінки, та забезпечує стилізацію тексту. Цей прийом найчастіше застосовується у фейлетоні або Інтернет-блогі, у яких автор має найбільше прав проявити майстерність слова і не є обмежений строгістю викладу, як в інформаційному тексті.

2.1.4. Фразеологічні новотвори

Значну експресивну напругу вносять у медіа-тексти фразеологічні новотвори. У польських медіа-текстах часто можна зауважити утворення словосполучень, які характеризуються яскравою внутрішньою формою, образними семантичними параметрами й переносним вживанням. Ми зауважили, що словосполучення можуть натякати на кодифіковані СС, бути авторською інтерпретацією СС тощо. Такі способи обігрування фразеологічного матеріалу польської мови можна пояснити пов'язаністю цього шару мовної системи. Оскільки СС існують у мові не ізольовано, а характеризуються системною впорядкованістю завдяки закономірностям у відношеннях як їхніх компонентів, так і у взаємовідношеннях між самими фразеологізмами [97, с. 11]. Тому частина словосполучень, що утворюються для експресивних потреб конкретного медійного тексту, виникають за аналогією до наявних СС. Внаслідок цього, доцільним є зіставлення фразеологічних новотворів з текстами польських ЗМІ з синонімічними СС польської мови на основі фразеологічного моделювання. Відтак у фразеологічних наукових дослідженнях розрізняються структурні, структурно-семантичні та мотиваційні моделі СС. Структурна модель – це „тип синтаксичної конструкції, згідно з якою формується ряд стійких словосполучень” [84, с.51]. Структурна модель становить „каркас фразеологізму”, який забезпечує його стійкість і відтворюваність [84, с.51]. Під структурно-семантичною моделлю у фразеологічній ідеографії розуміють „інваріант стійких словосполучень, що схематично відображає відносну стабільність їхньої форми та семантики” [84, с.53].

Аналіз фактичного матеріалу засвідчує утворення фразеологічних новотворів, що виражають значення абсурдності певних ситуацій:

Wylewanie wody z podziurawionego czółna: Bo choć jego współtowarzysze nie nadążają z wylewaniem wody z podziurawionego czółna, to jednak dzięki aerostatycznym właściwościom jego charakteru łajda jakoś płynie [Prz 2004, nr 18, s. 90]. У наведеному прикладі використовуються властивості води як рідини виливатися через вмістилище з отворами. Внаслідок цього, актуалізується мотиваційна модель „окреслення абсурдної роботи завдяки зверненню до образу води у вмістилищах з отворами”, яка реалізується у структурно-семантичній моделі „назва діяльності + вода + вмістилище (посудина)”. У польській мові така модель репрезентована СС: *czepać wodę sitem* ‘даремно щось робити; безуспішно; робити щось, що не приносить результатів’; *lać wodę w sito, lać wodę do dziurawego naczynia, do naczynia bez dna* [81, с. 200], пор. укр. *носити воду решетом*.

Фразеологічний новотвір *dolewanie wody do morza* [W 2007, nr 23, s. 44] виконує роль заголовка статті про виділення фінансових дотацій на виробництво надлишкових продуктів харчування. Такого типу заголовки експресивно оцінює позначувану ситуацію як нелогічну й безглузду, порівнюючи процес надання фінансової підтримки з доливанням моря (як великого водного простору) додатковою водою. Реалізується структурно-семантична модель „назва діяльності (лити воду до) водний простір = абсурдна, непотрібна робота”, пор. СС: *wozić wodę do morza* ‘робити непотрібні речі’ [244, с. 594], *lać wodę do Dunaju, nosić (wozić) wodę do Wisły* [81, с. 200].

Gaszenie ognia potokami benzyny: Dyskutowana zmiana podatkowa przypomina gaszenie ognia potokami benzyny [W 2003, nr 27, s. 36] – ініціатива уряду про введення єдиного податку в Польщі кваліфікується як ‘гасіння вогню за допомогою бензину’. Внутрішня форма фразеологічного новотвору базується на властивостях бензину зумовлювати пожежу або її збільшувати.

Побудоване словосполучення задіює мотиваційну модель „запропоноване вирішення проблеми є джерелом її поглиблення”.

Podrapanie się prawą powieką po lewej łopatkę ‘неможлива для виконання дія’: *Wielu cudzoziemców połamało sobie języki na tym niewdzięcznym „ść”, bo powtórzenie bezbłędnie tej szeleszczącej zbitki jest dla wielu mieszkańców planety Ziemia równie niewykonalne co **podrapanie się prawą powieką po lewej łopatkę*** [W 2010, nr 34, s. 98].

Серед аналізованих прикладів виокремлюється група фразеологічних новотворів, у яких образи речей виступають центрами мотиваційних моделей:

Zapełnić szafę na każdą okazję: Co robić, dostosować się? Zapełnić szafę na każdą okazję i czekać [Prz 2004, nr 7, s. 26]. Реалізується мотиваційна модель „представлення готовності до ситуації завдяки використанню образів побутових предметів”, пор. з кодифікованим СС *parasol noś i przy pogodzie* зі значенням ‘бути завжди готовим навіть, якщо здається непотрібним’ [239, с. 515].

W tylnym wagonie (заголовок статті): „*Z unijnej lokomotywy Niemcy stały się pasażerem w jej ostatnim wagonie*” – skarży się Gunter Kirchbaum z CDU, szef parlamentarnej Komisji Europejskiej [W 2008, nr 28, s. 88]. Фразеологічний новотвір формується на базі структурно-семантичної моделі „бути + в кінці (чогось) = відставати, поступатися в чомусь”: *być (pozostać, zostać, wleć się) w tyle* ‘бути гіршим від когось, чогось’; *wleć się (iść, zostać, znajdować się) w ogonie* ‘не встигати за розвитком ситуації’. В основу фразеологічного новотвору покладено образ поїзда, у якому *lokomotyw* набуває значення ‘першості, лідерства’, натомість *останній вагон* та *знаходиться в останньому вагоні* означає ‘займати останні позиції’.

Rządzić z tylnego siedzenia: Lider z tylnego siedzenia (заголовок): *Jerzy Buzek będzie panował nad Akcją, ale Marian Krzaklewski nadal będzie rządził, tyle że „z tylnego siedzenia”* [P-d 2001, nr 1, s. 5] – ‘не бути головним, але

керувати приховано, займаючи офіційно другорядну роль'. Внутрішня форма новотвору сформована на основі образу автомобіля, у якому *позиція на передньому сидінні й за кермом* означає 'лідерство', а в переносному значенні – 'керівна посада', натомість *заднє сидіння* порівнюється з 'другорядною роллю, неголовною посадою'.

Ukrywać coś pod pierzyną: *Afery seksualne to nic nowego, było o wiele gorzej, ale ukrywano wszystko pod pierzyną. Już pozrywano niemal zewsząd pierzyny, dlatego świat wydaje się nam gorszy i brzydszy* [W 2013, nr 12, s. 114]. Тут застосовується образ ковдри як засобу, що може щось накрити, тому й *ukrywać coś pod pierzyną* створюється за структурно-семантичною моделлю „дієслово + під + предмет накриття чогось у побуті = 'приховувати щось'”, пор. пол. *ktoś zamiata pod dywan coś* 'хтось старається приховати неприємну справу' [247]. Натомість новотвір *pozrywać pierzyny* імплікує значення 'викрити щось, оприлюднити невідомі речі'. У польській мові за структурно-семантичною моделлю „дієслово + під + предмет накриття чогось у побуті” утворюється й фразеологізм зі значенням 'зволікати з роботою': *chować (schować, trzymać) coś pod sukno* [81, с. 203].

Фразеологічні новотвори можуть створюватися на основі побутових реалій життя людей: *trzecie parzenie herbaty*. Значення словосполучення стає зрозумілим з контексту: *Niestety, po 15 latach naszego eksperymentu z demokracją mamy kastę polityczną na poziomie herbaty trzeciego parzenia* [Prz 2004, nr 25, s. 98]. В основі наведеного прикладу покладено процес заварювання чаю, конкретніше його смакові характеристики після кількох запарювань. Як відомо, після третього, а то й другого запарювання чай уже втрачає смакові якості, тому в контексті словосполучення-новотвір натякає на те, що політична еліта вже себе вичерпала і її діяльність стала непродуктивною.

Цитата *Gdy ryba zmienia się w skorpiona* є заголовком статті про зміну політичних сил у Польщі. Звертаючись до символічних значень *риби* як

‘початку’, ‘сонця’, ‘життя’, ‘воскресіння’ [238, с. 364] і *скорпіона* як ‘войовничості’, ‘готовності завдати смертельного удару’, ‘незгоди’, ‘зради’ тощо [238, с. 381] можемо простежити яскраве порівняння цих символів з представниками влади. Протиставляється політична еліта 80 – 90-х рр. XX ст. керівній верхівці поч. XXI ст. У тексті читаємо: *To „wojna na górze” sprawiła, że dziś nie ma w polskiej polityce miejsca dla wielu wybitnych postaci obozu posierpniowego, dla których polityka była posłannictwem i służbą. Ale też nie ma miejsca dla Lecha Wałęsy* [GW 2002, 110, s. 20]. Вислів *obóz posierpniowy* функціонує в польському мовному просторі як окреслення преставників антикомуністичної опозиції, яка протягом 70 – 80-х рр. XX ст. боролася за встановлення в Польщі демократичних засад управління, а в серпні 1989 р. після підписання т.зв. „Серпневих порозумінь” сформувала незалежну професійну спілку „Солідарність”. Ці події знайшли відображення в мові в низці інших прикладів: *przedsierpniowy okres, posierpniowy okres, przedsierpniowa opozycja, metody przedsierpniowe*; частина з них – з позитивною оцінкою: *Wielki Sierpień, Wielki Strajk, Porozumienia Sierpniowe, wielki dialog z narodem* [182, с. 211]. Саме тому й представники „Серпневих порозумінь” порівнюються з рибою, а отже, позитивно. Натомість політики сучасного авторові етапу – зі скорпіоном, тобто негативно. А процес зміни керівної верхівки в державі уособлюється з перевтіленням риби у скорпіона. Метою автора тексту є непрямий натяк на ситуацію, а завданням читачів – розгадати цей натяк зі зверненням до символічних образів тварин.

Фразеологічні новотвори часто пов’язані з етнокультурними, історичними особливостями польського народу. Наприклад: *Syndrom karpia w galarecie* ‘опинитися в небажаній, невідгідній ситуації, до якої призводять власні дії’: *Politycy SLD, którzy trzy z okładem lata szli do wyborów z obietnicą skrócenia kadencji choćby ze względu na logikę budżetowych rozstrzygnięć i ustalenia kalendarza wyborczego raz na zawsze wiosennie, teraz powiadają, że nie chcą być karpem domagającym się przyspieszenia Bożego Narodzenia. Nie chcą*

skrobania, patroszenia i galarety [Rz 2005, nr 19, s. A2]. Словосполучення *karp w galarecie* звертає до традиційної різдвяної страви – заливної риби.

У польського народу з християнською традицією риба завжди була розпізнавальним знаком, символізувала Ісуса Христа, хрещення та Євхаристію. Страва саме з коропа, а не іншого виду риби закріпилася в поляків з періоду Польської Народної Республіки (1944 – 1989 рр.), коли у штучних водоймах для споживання вирощувався саме короп, годівля якого не вимагала великих фінансових затрат.

Приготування заливної риби вимагає ретельної обробки риби (чищення вмісту та поверхні), натирання лимоном, заливання желатином та охолодження до повного застигання. Автор тексту цей традиційний образ процесу обробки риби переносить на політиків, які обіцяли скорочення каденції своєї діяльності, але не виконали обіцянки, щоб собі ж таки не нашкодити і не опинитися в не вигідній ситуації. Словосполучення будується на основі значення „представлення становища не вигідної ситуації через образне використання риби у страві”, тобто виникає модель „опинитися в чомусь = у не вигідній для себе ситуації”.

Фразеологічні новотвори можуть будуватися тільки за принципами структурної організації відомих СС, тобто активізується структурна фразеологічна модель. Як-от: модель nie ma X bez Y стала основою для новотвору: *Nie ma prawka bez łapówki* [Prz 2001, nr 24, s. 54] – заголовок статті про те, що без хабара неможливо отримати водійські права. Наведена модель „немає чогось без чогось” репрезентована низкою прислів'їв польської мови: *nie ma dymu bez ognia* ‘немає наслідку без причини’, *nie ma róży bez kolców* ‘ніщо не позбавлене вад, жодна ситуація не має тільки позитивних сторін’, *nie ma karesu bez interesu* ‘немає безкорисливої любові’. Організація новотвору на основі структурної конструкції як будівельного каркасу дозволяє активізувати в реципієнта асоціації з відомими СС. Такий прийом можна розглядати як фразеологічний натяк.

Підсумовуючи вищенаведені міркування та аналіз фактичного матеріалу, можна стверджувати, що фразеологічна система польської мови поч. ХХІ ст. істотно розширюється завдяки авторським впровадженням СС у медійні тексти. Проаналізовані способи функціонування СС у текстах сучасних польських ЗМІ характеризуються динамічністю, креативністю, створенням нових СС на мотиваційних і / або структурно-семантичних моделях, усталених у польській мові фразеологізмів.

2.2. Оказіональні неологізми

У текстах сучасних польських ЗМІ особливою експресивністю відзначаються мовні одиниці лексичного рівня. Завдяки словотвірним можливостям польської мови та креативному мисленню авторів текстів на шпальтах газет і журналів створюються нові одиниці okazіонального характеру.

Оказіональні неологізми в медійному просторі виникають не тому, що певний денотат не має свого найменування, але винятково з метою окреслити ставлення автора до денотата, визначеного в назві. У результаті такого типу номінації новостворене найменування впроваджує два види інформації: інформацію про денотат й інформацію про ставлення автора до цього денотата. Прагматичні настанови щодо вираження емоцій, які викликає денотат стають причиною виникнення okazіональних новотворів у мові ЗМІ [202, с. 38]. Тому okazіональні неологізми є результатом дії експресивної функції, роль якої була визначальною під час утворення okazіональних лексем [203, с. 42]. У процесі інтерпретації лексем важливу роль відіграє контекст як „міст між адресантом та адресатом” [213, с. 22]. Для читача (адресата) контекст є засобом розуміння переоцінки, яка полягає в тому, що „слова з нейтральним значенням в одних контекстах можуть набувати експресивного характеру в інших, ставати елементами вираження оцінок” [213, с. 23]. Тільки у властивому контексті експресивні лексичні інновації

„діють” згідно зі своїм призначенням, а поза контекстом вони втрачають експресивну наснагу.

2.2.1. Оказіональні неологізми-лексеми

Оказіональні інновації у текстах ЗМІ є, по-перше, дієвим інструментом критики, негативної оцінки, по-друге, індивідуальною творчістю автора та способом по-новому описати якусь подію, подати якусь інформацію. Оказіональні вживання характеризуються саркастично-оцінною й негативно-зображальною конотацією. Рідше можна зустріти okazіonalіzmi зі значенням позитивної оцінки. Як зазначає О. М. Вольф, причиною асиметричності в парі оцінок „добре / погано” є той факт, що оцінка „добре” відповідає нормі, натомість оцінка „погано” – є показником відхилення від норми [19, с. 19].

Оскільки все нове, що виникає в мові, є переосмисленням уже наявних засобів, то okazіonalіzmi виникають у межах якоїсь конкретної ономасіологічної моделі (структури), у якій ономасіологічна ознака (твірна основа) є показником індивідуальної ознаки лексеми, її інноваційним смислом, а ономасіологічна база (спосіб словотворення) відсилає до низки подібних лексем, класифікує новотвір з категорією наявних уже в мові найменувань. Як говорить О. О. Земська, „наскільки різними б не були okazіonalіzmi – це порушувачі правил продуктивності, водночас також підкоряються аналогії, але аналогії не правила, а конкретного слова – зразка” [34, с. 182].

Аналіз фактичного матеріалу засвідчує продукування okazіonalіzmi за допомогою таких ономасіологічних баз.

Ономасіологічна база -acja

Суфікс -acja є генетично чужим польській мові. Набув поширення внаслідок використання спеціалізованих іменників *komputeryzacja*, *globalizacja*. Суфікс вказує на певний процес, що набуває поширення.

Відзначається значна активність цього суфікса у продукуванні нових лексем, похідних від ВН, наприклад: *falandyzacja* < *Falandysz*, *lewandyzacja* < *Lewandowski*, *olszewizacja* < *Olszewski*, *mcdonaldyzacja* < *McDonald's* [172, с.114]. Аналіз текстів польських ЗМІ дозволив виявити випадки новоутворень з суфіксом *-acja* як від загальних назв, так і від власних. Наприклад:

Natonalizacja [W 2004, nr 18, s. 92]: ‘поширення сфер впливу НАТО’.

Piwoizacja: ***Piwoizacja*** Polski. *Piwo wypiera z Polski wódkę. Pijemy trzy razy więcej piwa niż w 1990 roku* [W 2003, nr 30, 1]: ‘зростання кількості вживання пива’.

Detyranizacja [W 2003, nr 21, s. 72]: ‘процес повалення пам’ятників Й. Сталіна та В. Леніна’.

Ономасіологічна база *'-enie*

Деривати з ономасіологічною базою *'-enie* позначають у польській мові віддієслівні іменники. Наприклад:

Дериват ***gursztynienie*** утворено від прізвища польського журналіста P. Gursztyn: *Przepraszam czytelników, że ustosunkuje się do spisu rzekomych „błędów”, w mojej książce, ogłoszonego parę dni temu przez Piotra Gursztyna. Z opóźnieniem, bo miałem parę naprawdę ważniejszych rzeczy do napisania i do przemyślenia, ale także dlatego, że zaczepki PG czytałem z prawdziwą przykrością i z takim samym uczuciem na nie reaguję. Na koniec: zmarnowałem na ustosunkowanie się do **gursztynienia Gursztyna** zbyt wiele cennego czasu, by dmąć w to dalej. Jeśli nadal zamierza **gursztynić**, z góry zapowiadam, że będę to ignorował* [DRz <http://dorzeczy.pl/> 15.12.2014]. Як можна зрозуміти з фрагмента, лексема *gursztynienie* означає ‘критику зі сторони журналіста’. Як реакція на критику, автор статті, утворює дериват, виражаючи легковажне ставлення до особи і яскраво показуючи своє невдоволення. Утворюється лексема завдяки сформованим мовним моделям, тобто певним шаблонам, а саме: *Gursztyn* – *gursztynić* – *gursztynienie* (як, наприклад: *jeź* – *jeźyć się* –

jeżenie). Відомі також схожі вирази з політичної лексики 80 – 90-х рр. минулого століття: *dysydent – dysydencenie, konkordat – konkordacenie* [182, с. 39].

Дериват ***chocholenie*** (заголовок статті): ономасіологічною ознакою є назва фіктивного персонажа *Хохол* з драми „Весілля” С. Виспянського. Драма відсилає до подій 1846 р., коли відбувалося повстання польських селян проти шляхти. У творі Хохол – це солом’яний сніп, який у фінальній частині драми, присипляє гостей на весіллі. Гості, очікуючи на приїзд Вернигори (особи, що повинна очолити їхнє повстання), піддаються дії танцю Хохола, гублять золотий ріг (символ боротьби) і втрачають свій шанс на повстання. Тому Хохол символізує бездіяльність та „сон” народу. Фрагмент тексту ЗМІ пройнятий алюзією до вказаної драми: *Jak bohaterowie „Wesela” Wyspiańskiego nasłuchaliśmy się tętentu kopyt, „silnie dzierżąc w kopytach kosa; to i mając szable ze ściany pochwycione; to znów jakieś flinty i pistolety w tym zasłuchaniu jak w zachwycie duszy”. Mieli nas porwać do walki Wernyhora i Archanioła, a tu wbiega do izby zmęczony Jarosław Kaczyński, co wprowadzie nocą okolicę na koniu objechał i wielu ludzi obudził. Ale złoty róg gdzieś się mu zapodział* [wS 2014, nr 50, s. 63]. Без сумніву, субстантив *chocholenie*, утворений за аналогією до попереднього аналізованого прикладу, тобто *Chochół – chocholić – chocholenie*, належить до ономасіологічної структури віддієслівних іменників, що виражають фізіологічний стан, наприклад: *uśpić* ‘приспати’ – *uśpienie*.

Ономасіологічна база -izm / -yzm

У результаті аналізу виявлена група дериватів, утворених за моделями слів із суфіксами *-izm / -yzm*. Приклади творення лексем із зазначеними суфіксами характеризуються належністю до конкретного періоду функціонування мови під впливом суспільно-політичних обставин. У міжвоєнний період створені слова *leninizm, trockizm, mussolinizm, fasyzm*; пропаганда Польської Народної Республіки стала джерелом експресивних

лексем *imperializm, kapitalizm, militaryzm, klerykalizm, hitleryzm*, натомість перше десятиліття XXI ст. характеризується функціонуванням лексем *pluralizm, populizm, globalizm, eurocentryzm, eurosceptycyzm, postotalitaryzm* [174, с. 208]. Суфікс *-izm / -yzm*, як слушно зауважує польська дослідниця І. Камінська-Шмай, після 1989 р. „використовується не тільки для номінативних потреб, але й для створення, особливо в текстах, що описують і коментують суспільно-політичне життя, експресивних дериватів, які мотивуються прізвищами відомим людей” [174, с. 206]. В аналізованих текстах польських ЗМІ ми зафіксували такі експресивні неологізми: *baraninizm*, „*binladenizm*”, *pisizm*, *putinizm* тощо. Лексема *baraninizm* утворена від прізвища *Barański* [Є. Баранські – польський бізнесмен – М. І.]. Відоме прізвисько особи – *Baranina* – стало основою для утворення експресивної інновації в заголовку статті ***Realny baraninizm***. Заголовок створений за аналогією до фразеологізованого виразу *realny socjalizm* зі значенням суспільного ладу в комуністичних країнах: *Jest czymś przerażającym – co odśłania sprawa Baraniny – że stworzono w Polsce alternatywne państwo – antyprawa, antysprawiedliwości, antymoralności i antyprzedsiębiorczości. Oczywiście nie stało to się w III RP – mafijna struktura dusząca państwo i społeczeństwo to po prostu, ostatnia, a właściwie najbardziej rozwinięta faza, realnego socjalizmu zarówno w Polsce, jak i w innych krajach byłego bloku sowieckiego* [W 2003, nr 20, s. 3].

Ономасіологічна база -ość

Дериват ***autorskość***: А „*autorskość*”? Z pozoru nie ma o czym tutaj dyskutować. Dylan [Боб Ділан – американський рок-музикант – М. І.] *napisał pewnie z tysiąc piosenek i one przesądzają o jego randze artystycznej* [GW 2001, nr 122, s.17]. Уживання іменника *autorskość* не узгоджується з законами граматичної норми польської мови, адже іменниками на позначення дії щодо роду занять, професії утворюються за допомогою суфікса *-stwo*. Підтверджує це деривація типу *rycerz – rycerstwo, premier –*

premierostwo, amator – amatorstwo. Відповідно правильним є дериват *autor – autorstwo*. Однак тут свідомо підкреслюється оригінальність авторства пісень визначного виконавця. Можемо припустити, що це новоутворення виникло на основі ономасіологічної моделі *malarskość* ‘сукупність типових малярних ознак’ [246]. Або за аналогією до іменників *oryginalność, twórczość* з позитивною конотацією.

Ономасіологічна база -yzna / -izna

Нормативною функцією суфікса *-yzna* в польській мові є утворення іменників зі значенням ‘основна мова’ типу *polszczyzna, angielszczyzna, francuszczyzna*, ‘надмірність ознаки’ типу *dłużyzna, jaskrawizna, szaryzna* [172, с. 110]. Ми зафіксували приклад *antymichnikowszczyzna*: *Krótko mówiąc, „Gazeta” to nie tylko antyilustracyjna obsesja, to także pewna doza rozsądku. Czasem rozsądku głoszonego samotnie. Tymczasem „antymichnikowszczyzna”, która coraz wyraźniej wpisuje się w radykalny projekt polityczny IV RP, zdaje się dziś wyznawać pogląd, że skoro Michnik nakazuje przeprowadzać staruszki na drugą stronę jeźdźni, to lepiej tego nie robić, bo on na pewno coś kręci* [Prz 2007, nr 3, s. 26]. Ономасіологічною ознакою виступає прізвище польського політичного діяча, редактора „Газети Виборчої” А. Міхніка. Цей приклад належить до ономасіологічної структури дериватів на *-yzna / -izna*, утворених від прізвищ, наприклад: *balcerowiczyna < Balcerowicz, gierkowszczyzna < Gierek, kwaśniewszczyzna < Kwaśniewski* [172, с. 110]. Б. Крея, аналізуючи утворення на *-szczyzna*, підкреслює здатність вносити негативну конотацію до іменників типу *zawód – zawodowszczyzna, aktor – aktorszczyzna, amator – amatorszczyzna, bohater – bohaterowszczyzna*, а саме: негативну оцінку акторської, аматорської чи героїчної діяльності [180, с. 79]. Перелічені лексеми вирізняються незвичністю звучання і привертають увагу. Б. Крея, наприклад, пише, що лексема *zawodowszczyzna* базується на какофонії і тому неприємна для слуху [180, с.79]. Однак утворення *antymichnikowszczyzna* є цілком виправданим граматичними правилами

польської мови, оскільки іменники з наведеним формантом утворюються від прикметників із суфіксом *-ski*: *Kaszuby – kaszubski – kaszubszczyzna*. Як і *Michnik – michnikowski – michnikowszczyzna*.

Ономасіологічна база -уца / -іца

Із суфіксом *-уца / -іца* утворюються деривати, які є носієм значення ‘самиця’ й походять від іменників чоловічого роду зі значенням ‘самець’, наприклад: *niedźwiedź – niedźwiedzica, kot – kocica*. Натомість нерегулярні утворення з *-уца / -іца* іменників жіночого роду зумовлюють дещо негативне забарвлення. Так, зафіксовані випадки утворення найменувань осіб жіночого роду за їхньою професією. Наприклад: *Europejska oda do **kanclerzycy*** (про А. Меркель) [wS 2013, nr 36(40), s.10]: *kanclerz – kanclerzyca. **Premierzyca*** [W 2014, nr 44, s. 14]: *premier – premierzyca. **Ministrzyca*** (заголовок): *„Ministra” wyszła z mody. Teraz ministry rządu Tuska chcą być „**ministrzycami**”, a na pewno chce tego jedna **ministrzyca**, ta od edukacji konkretnie [...] I natychmiast internauci rozpruli worek alternatywnych propozycji. Pojawiała się więc „**ministrucha**”, „**ministranta**”, „**ministernica**”, „**ministroszka**”. Były też propozycje dla feministek, które uważają, że słowo „ministra” jest skutkiem ucisku patriarchy. Pojawiała się więc „**maksistra**” i „**maksistrzyca**”* [wS 2014, nr 16 (72), s.15]: *minister – ministra – ministrzyca*. Ужиті приклади в тексті пояснюються іменниками на позначення професій: *„ministranta”* як *policjanta*, *„ministroszka”* як *filolożka, pedagożka, psycholożka, radiolożka*. Останні форми не є нормативними, можуть бути тільки в розмовному мовленні. За аналогією утворюється пара *aktor – aktorka – aktorzyca* або ж *car – caryca*.

Ономасіологічна база -żerca

Низка прикладів іменників з частиною *-żerca* (від іменника *żerca* – ‘пожирач чогось’) формують ономасіологічну структуру зі значенням ‘той, що щось, когось знищує, згубно, негативно впливає’. Наприклад:

Mediożercy: *Troska PiS o wolność wypowiedzi każdego dziennikarza i świetlaną przyszłość polskich mediów byłaby wzruszająca, gdyby nie to, że za tymi krokodylimi łzami wyraźnie widać złowrogi cień krokodyla mediożercy* [P-d 2006, nr 11, s. 3] – ‘пожирачі ЗМІ’.

Ostrygożercy (назва статті): *Do Warszawy przywieziono symbol globalizmu – światowe Forum Gospodarcze – kilkadziesiąt facetów w garniturach objadających się, jak wiadomo, kawiozem i ostrygami* [P 2004, nr 19, s. 19] – ‘пожирачі устриць’. У такий спосіб автор найменує учасників Економічного форуму.

Ономасіологічна база europejski (формант euro-)

Серед лексем, похідних від ВН, у текстах польських ЗМІ поч. ХХІ ст. частим уживанням характеризується група виразів з формантом *euro-*. На нашу думку, продуктивність творення лексем з *euro-* є реакцією на процес зближення Польської держави з європейською спільнотою після 1989 р., коли зовнішня політика країни переорієнтувалася на західні країни, та приєднання Польщі до Європейського Союзу (2004 р.), що характеризувалося посиленням співпраці з країнами Європи. Прикладами можуть служити номінативні мовні одиниці: *eurointegracja*, *eurocentryczny (europocentryzm)*, *europeizacja*, *europrezydent* тощо, які зафіксовані в лексикографічних джерелах польської мови [246], та лексеми okazіонального характеру з номінативним значенням: *eurohossa* ‘підвищення курсу цінних паперів або цін товарів на європейських біржах’: *Na fali eurohossy giełdy w Warszawie, Budapeszcie i Pradze notują od kilkunastu miesięcy najwyższe wzrosty na świecie mimo przecen akcji* [W 2014, nr 20, s. 44], *euromajówka* ‘1 травня 2004 р. – дата вступу Польщі до Європейського союзу’, *eurookazja* ‘можливість здійснення дешевших покупок у країнах Євросоюзу’, *eurozakupy* ‘покупки у країнах ЄС’ – заголовок *Polak na eurozakupach* [W 2002, nr 12, s. 40]. Натомість уживаються й okazіональні вирази, що мають іронічне або жартівливе забарвлення.

До okazionalizmів, утворених поєднанням форманта *euro-* з абстрактними іменниками, належать такі:

eurozamieszanie [GW 2002, nr 123, s. 20] – *zamieszanie europejskie* – ‘ситуація, пов’язана з упровадженням у країнах Євросоюзу єдиної валюти євро’;

euromity (заголовок статті) – ‘трактування діяльності представників ЄС як чогось нереального’. З метою підтвердження контекстуального значення наведемо фрагмент статті: *Rozpowszechnianie przez eurosceptyków przekonania, że eurokraci uprawiają tyleż radosną co bezsensowną twórczość, bywa przyjmowane niemal za pewnik, choć w rzeczywistości to niebezpieczna mieszanka półprawd i mitów* [...] [W 2001, nr 6, 86] – ‘європейські міфи’;

eurowypas (заголовок статті) [W 2011, nr 34, s. 26] – *wypas europejski*, що означає ‘отримання посади в Раді Євросоюзу’, яке порівнюється з випасанням тварин;

eurokac [P 2005, nr 24, s. 46] – *kac europejski* – значення ‘важкий стан після вступу до Євросоюзу’, мотивується лексемою *kac* ‘стан після алкогольного сп’яніння, похмілля’;

euroholicy ‘прихильники євроінтеграції’: *Klub Anonimowych Euroholików* (заголовок): *Na szczęście dziesiątki milionów Europejczyków cięż opierają się dilerom eurokonstytucji. Jeśli tym samym lekiem, którym będzie można leczyć z alkoholizmu, nikotynizmu i narkomanii, da się także leczyć z euroholizmu, a zwłaszcza z jego najcięższej postaci – eurokonstytucjonalizmu, to Europa jest uratowana* [W 2005, nr 22, s.3]. У цьому фрагменті використовується метафора хвороби, оскільки євроінтеграція і прагнення вступати до складу Європейського Союзу порівнюється зі станом залежності, що виникає у хворих на алкоголізм, наркоманію тощо;

euromarzenia: *Syndyk greckich euromarzeń* [W 2012, nr 8, s.60] – ‘очікування Греції на фінансову допомогу від Євросоюзу’;

euromania ‘емоції вболівальників, пов’язані з Європейським чемпіонатом з футболу 2012 р.’: *Szalone emocje, gole, łzy. Polska jak Tomasz Zimoch przeżywa Euro. Małyszomania pobita! Na Euromanię zapadła już przeważająca większość Polaków* [W 2005, nr 22, s. 3]. Порівняння емоційної атмосфери в Польщі з Т. Зімохом, польським журналістом, футбольним радіо-коментатором, пояснюється його відомими емоційними виступати і коментарями під час футбольних матчів;

europrzeciąganie ‘протистояння між прихильниками та противниками вступу Польщі до Євросоюзу’. Прихильників автор називає *euroentuzjaści*, натомість противники отримують назву *eurotłum*, конотативне значення якої мотивується лексемою *tłum* ‘маси, натовп, народ’ [246]: *W sobotę 11 maja Artur, uczeń warszawskiego gimnazjum, które nie tak dawno zmieniło patrona na Roberta Schumana, marszerował z kolegami i nauczycielami Traktem Królewskim w wesołej, wielotysięcznej paradzie euroentuzjastów. Na chodniku wzdłuż ulicy, podbiegając co pewien czas, aby nadążyć za eurotłumem, Tomek i kilkunastu chłopaków w wieku studenckim prezentowali wykonane w domu transparenty eurożercze i eurosceptyczne. Tak rozpoczęło się wielkie europrzeciąganie* [P 2002, nr 20, s. 21].

Поєднання форманта *euro-* з лексемами з розмовної сфери мовлення або з історизмами сприяє експресивному ефекту, наприклад: **euroharacz** [W 2001, nr 7, s. 40]. Лексема *haracz* означає: ‘1. розм. примусова, незаконно стягнена кимось плата; 2. іст. оплата, що накладалася правителем на завойовану державу’ [246]. У тексті лексема *euroharacz* набуває нового змісту й називає ‘двосторонню угоду між Євросоюзом та Польщею про уникнення оподаткування імпортованих товарів з країн Євросоюзу’. В одному з аналізованих текстів польських ЗМІ автор жартівливо говорить про гроші, отримані від Євросоюзу як про **eurogrosiwo**: *Czy Polska będzie jutro chciała się podzielić eurogrosiwem z petentami ze Wschodu* [W 2001, nr 25, s. 60]. Створюються okazjonalne neologizmy й на основі образних порівнянь. Так,

приклад **eurotrampolina** в ролі заголовка статті імплікує значення ‘Європейський союз як засіб для економічного зростання Польщі’, оскільки *trampolina* – це ‘знаряддя, яке допомагає високо піднятися’. Актуалізується сема ‘економічне зростання’: *Jednak przykłady Irlandii, Hiszpanii czy Portugalii pokazują, że dopiero po wejściu do wspólnoty kraje te zaczęły gonić pod względem zamożności sąsiadów* [W 2003, nr 23, s. 22].

Ономасіологічна база *ekologiczny* (формант *eko-*)

Аналіз фактичного матеріалу засвідчив творення групи okazіональних неологізмів з формантом *eko-*. Продуктивність наведеного форманта можна пояснити зростанням уваги до змін навколишнього середовища, глобального потепління, екологічних продуктів харчування тощо внаслідок техногенного розвитку. Зафіксовані такі приклади:

ekobalamucenie (підзаголовок статті) ‘помилкові судження про ефективну протидію глобальному потеплінню’: *Balamutne są zapewnienia, że nie trzeba wielkich nakładów, by zatrzymać globalne ocieplenie* [WS 2007, nr 23, s. 70];

ekobalanga (заголовок статті) ‘про створення нічного клубу, який функціонуватиме завдяки сонячній енергії’. Значення мотивується лексемою *balanga* ‘вечірка з великою кількістю алкоголю’ [246]: *W Londynie powstanie pierwszy na świecie klub ekologiczny [...] część energii ma pochodzić z paneli słonecznych i turbin wiatrowych. Do spuszczenia wody w toaletach ma służyć deszczówka. Nawet alkohol w barze będzie „eko”* [W 2008, nr 30, s. 41];

ekościema (заголовок статті) ‘про високу ціну здорової природної їжі’. Показником оцінного ставлення є лексема *ściema* з розмовним значенням ‘брехня, обман’ [246]: *Nawet co czwarty produkt rolnictwa ekologicznego w Polsce to oszustwo. W dodatku na taką żywność stać w Polsce tylko najzamożniejszych. Po żywność eko sięgają najczęściej dobrze zarabiający mieszkańcy dużych miast. Dla reszty ona po prostu za droga* [W 2013, nr 39, s. 68].

Як підтверджують аналізовані приклади двох останніх груп, продуктивність формантів *euro-* й *eко-* та їхній потенціал до експресивного словотворення пояснюється валентними можливостями, що дозволяють сполучатися з лексемами з різних функціональних стилів польської мови. Найчастіше обираються лексеми з розмовної сфери, що й визначає стилістичне маркування okazіональних неологізмів, оскільки первинно лексеми розмовного стилю мовлення характеризуються іронічним, саркастичним, жартівливим тощо значенням.

Ономасіологічна база -holizm, -holicy

Виділена група лексем відсилає до іменників, що називають хворобливу залежність від чогось, наприклад: *alkoholizm* і *alkoholicy*. Актуалізується сема інтенсивності ‘надмірна залежність від чогось’ у прикладах:

sieciolizm [Prz 2006, nr 36, s. 50] – ‘**надмірне** користування Інтернет-мережею’;

sportolizm [W 2001, nr 20, s. 80] – ‘**пожвавлене** захоплення спортом’;

gwiazdoholicy [W 2003, nr 48, s. 84] – ‘особи, **надмірно** захоплені відомими людьми, зірками’;

gazoholicy [W 2003, nr 45, s. 38] – ‘загальне найменування польського народу, **надмірно** залежного від постачання російського газу’;

gadzetoholicy [W 2008, nr 22, s. 59] – ‘особи, **надто** залежні від використання різноманітних гаджетів’.

Ономасіологічна база -krasja

Деривати з *-krasja* нормативно називають форму правління державою, наприклад: *demokracja*. Поєднуючись з іншими номінативними лексемами, підкреслюється значення ‘правління, домінування чогось’ з негативною конотацією. Наприклад:

sitwokracja [W 2001, nr 22, s. 1]: ономасіологічна ознака – лексема *sitwa* ‘група людей, що підтримують погляди одне одного для досягнення власної користі, незважаючи на інтереси суспільства’ [246];

szczuciokracja: *Fabryki kozłów ofiarnych i żywych torped od lat umacniają w Polsce szczuciokrację* [wS 2014, nr 25 (81), s. 111]: ономасіологічна ознака – дієслово *szczuć*, що означає ‘заохочення собаки до гоніння й атакування тварин і людей, перен. настроїти когось проти когось’ [246];

związkokracja: *Związkokracja pod trybunał. O 25 procent podnoszą koszty pracy przywileje dla związkowców* [W 2006, 24, s.48]: ономасіологічна ознака словосполучення *związki zawodowe* ‘професійні спілки’;

kawokracja (заголовок статті): *Kawa jest jedyną używką, do której regularnego spożywania przyznają się gwiazdy* [W 2008, nr 28, s. 90]: ономасіологічна ознака – лексема *kawa*. Виникає значення ‘надмірна популярність споживання кави’.

Аналіз засвідчує утворення лексем, ономасіологічною ознакою яких є прізвища відомих осіб, найчастіше політиків для підкреслення становища, при якому політики прагнуть підпорядкувати собі політичні важелі у країні. Наприклад:

ficokracja [W 2006, nr 24, s. 48] – лексема утворена від прізвища словацького прем’єр-міністра Р. Фіко;

kuczmokracja [W 2003, nr 42, s. 52] – в основу okazіоналізму покладено прізвище Л. Кучми.

Аналіз фактичного матеріалу виявив поодинокі okazіональні випадки утворення okazіональних неологізмів, похідних від ВН, які аналізуємо нижче.

Ономасіологічна база -ciarnia

Palikociarnia: *Historyjek jest sporo, ale na razie Kwaśniewski i palikociarnia mają problem, jak tu przekonać do siebie feministki* [wS 2014, nr 43 (99), s. 7]. Новотвір *palikociarnia* – це результат поєднання прізвища *Palikot* + іменник з частиною *-ciarnia*. Цей випадок вживання

можна віднести до ономасіологічної структури низки іменників зі значенням ‘місце, де знаходиться багато тварин або птахів’, як-от: *kociarnia* ‘місце перебування котів, переважно бездомних’ [246], *bażanciarnia* ‘фазаняча ферма’ [246] тощо. Однак заслуговує на існування й пояснення неологізму як контамінації *Palikot* і виразу *dzieciarnia* ‘громада дітей’ [246], що на тлі подій, пов’язаних з об’єднанням сил А. Квасневського і Я. Палікота заради створення єдиної лівоцентричної партії в Польщі, авторів могло асоціюватися з жартівливим образом *palikociarni (dzieciarni)* як ‘скупчення політиків і галас та безлад, що пов’язані з їхньою діяльністю’.

Ономасіологічна база -bójstwo

Лексема ***Balcerowiczobójstwo*** є заголовком статті та означає ‘відхід Л. Бальцеровича з посади голови Національного банку Польщі в результаті конфлікту з Банківською слідчою комісією’. Прізвище *Balcerowicz* у польській мовній свідомості функціонує як КО. Формування соціальної конотації прізвища аналізує польський вчений-ономаст М. Рутковський. За словами дослідника, „сформований суспільний образ Бальцеровича став результатом обростання його прізвища в незвичайно сильну, виразну конотативну цінність, домінантою якої є значення ‘автор ринкових економічних реформ’” [196, с. 160]. Так, у польській мові прізвище *Balcerowicz* закріпилося в формі гасел *Balcerowicz musi odejść*, *Polityka Balcerowicza bez Balcerowicza* [196, с. 163] зі значенням як чітко вираженим негативним, так і позитивним. Оказіональний неологізм *balcerowiczobójstwo* окреслює відхід політика з посади та зміну способу ведення економічної діяльності як вбивство, тобто ‘діяльність, що приведе до шкідливих наслідків’. Приклад можемо віднести до ономасіологічної структури іменників типу *carobójstwo*, *ojcobójstwo*.

Аналіз текстів польських ЗМІ засвідчив утворення okazіональних прикметників і дієслів, ономасіологічною основою яких є ВН. Наприклад:

Zlepperować: *Kiedy zlepperują Leppera* [W 2007, nr32 (33), s. 22]: ономасіологічну ознаку становить прізвище політика *Lepper*.

Zarydzykować: *Widocznie traktują Polskę poważnie. Już pora także zdziecinieć. Jakby napisał Nowaczyński, specjalista od kalamburów – warto zarydzykować* [Rz 2006, nr 27, s. B1]: ономасіологічна ознака – прізвище польського священика *Rydzyk*. Оказіоналізм утворений з посиленням на дієслово *ryzykować*.

Цікавим є приклад **Platformersi** [wS <http://www.wsieci.pl/> 9.12.2015]. Ономасіологічною ознакою цього новотвору є субстантив *Platforma*, а саме: політична партія *Platforma Obywatelska*. Приклад відносимо до ономасіологічної структури субстантива *transformersi* (укр. *трансформери*), що відсилає до однойменного фантастичного бойовика. Цей okazіональний неологізм зумовлює ефект експресивно-алюзивного характеру та виникнення образу політиків-трансформерів.

Аналіз фактичного матеріалу засвідчив утворення нових слововживань як за правилами граматичних норм польської мови, так і як результат свідомого порушення цих правил. У кожному випадку креатор мислить у межах польської мовної спільноти та продукує нові вживання через польськомовну картину світу.

2.2.2. Оказіональні неологізми-словосполучення

Серед okazіональних неологізмів виокремлюється група словосполучень, продемонстрованих нижче.

Вираз **socjalistyczny biedamodernizm** створено за аналогією до відомого виразу *socjalistyczny modernizm* як найменування стилю архітектури в Польщі в період існування Польської Народної Республіки. Автор статті ж називає цей стиль *biedamodernizmem* підкреслюючи його „архітектурну бідність”, адже будинки, споруджені в період соцреалізму, відповідно до панівного стилю в Радянському Союзі, характеризувалися простотою форм,

практичністю (забезпечення мешканців житлом) і не вносили в архітектуру цінних пам'яток, будівель. Так, у тексті читаємо: *Nie trudno sobie wyobrazić, jak wyglądałaby dziś Warszawa bez zrekonstruowanego Traktu Królewskiego i Starego Miasta, odbudowanego dzięki staraniom wybitnego urbanisty prof. Jana Zachwatowicza, które notabene wpisane zostało wbrew konserwatorskim kryteriom na listę światowego dziedzictwa UNESCO i stanowi turystyczny magnes polskiej stolicy. Co pokazywalibyśmy przyjezdnym? **Socjalistyczny biedamodernizm?*** [wS 2014, nr 22, s. 45]. Вірогідно, що в цьому прикладі використано аналогію ономаціологічної структури лексем *biedachłop* 'аграрний працівник з низькими прибутками' [241], *biedahandel* 'торгівля, що здійснюється в примітивних умовах, наприклад, на вулиці' [241]. Інтегральною семою лексем є 'бідність'.

Неологізм ***twitterowa dyplomacja*** іронічно називає 'явище, за якого політики постійно додають різні дописи в соціальній мережі твіттер'. Відомим любителем додавання дописів, що стосуються актуальних політичних подій у Польщі та за її межами є Р. Сікорський: *Wszystko byłoby dobrze, Mariusz chciał nawet sobie potweetować, ale zanim to zrobił, srogo zgromił Radka Sikorskiego za uprawianie **twitterowej dyplomacji*** [DRz 2014, nr 1, s. 9]. Значення такого типу прикладів може бути зрозумілим зі значення компонентів, однак мотивація створення нового виразу криється в реаліях суспільно-політичного життя Польщі. Пояснення семантики неологізмів вимагає звернення до т.зв. „широкого культурного тла” і актуалізує дві понятійні рамки [213, с. 27]. У наведеному прикладі поєднуються значення ад'єктива *twitterowa* 'така, що стосується твіттера' і субстантива *dyplomacja* 'діяльність між країнами в галузі економіки, політики тощо'.

Зафіксований okazіональний неологізм-словосполучення ***gospodarka giftobioru*** виконує роль заголовка статті про хабарництво в бізнесі: *Czy wręczanie łapówek to dobry obyczaj? Każda szanująca się firma planuje je w*

budżecie. Bez nich nie da się zaistnieć na rynku [P 2004, nr 15, s. 36]. Автор використовує англ. слово *gift* (укр. *подарунок*) для іронічного позначення хабара як подарунка. Своєрідністю цього прикладу є приєднання елемента іншомовного походження до власне польського слова. Такого типу основоскладання підсилює індивідуальність новотвору, надає йому екзотичного звучання й привертає увагу структурною нестандартністю.

Новотвори okazіонального характеру є безпосередньою реакцією на події, що відбуваються в суспільстві, політиці. Під пильним спостереженням ЗМІ подія навіть неважливого характеру набуває розголосу. Наприклад: okazіоналізм ***kalendarz bronisławski*** створено за аналогією до виразів *kalendarz gregoriański* й *kalendarz juliański*, назви яких походять від реформаторів календарного літочислення Папи Римського Григорія III та Юлія Цезаря. Натомість неологізм *kalendarz bronisławski* є саркастичною реакцією на те, що колишній президент Польщі Б. Коморовський під час інтерв'ю помилився, вказавши неправильну кількість днів календарного року: *Uwaga! Historyczne wydarzenie! Prezydent Bronisław Komorowski ogłosił, że rok ma 364 dni. Dokonał tym samym kolejnej reformy kalendarza, stawiając się obok Juliasza Cezara i papieża Grzegorza XIII, twórców kalendarza juliańskiego i gregoriańskiego. Ustawiając **kalendarz bronisławski**, pierwszy obywatel nie wydał niestety bulli. Wystarczy telewizyjny wywiad* [wS 2004, nr 4(60), s. 6].

Новотвір ***wyrób demokracjopodobny*** вжито в такому контексті: *To nieprawda, że w Polsce nie ma demokracji. I oczywiście nieprawda, że w naszym kraju demokracja jest. Mamy jej wschodnioeuropejską podróbkę – **wyrób demokracjopodobny**. [...] I tak, w PRL, gdy zamiast czekolady serowano **wyrób czekoladopodobny**, tak dziś coraz bardziej mamy do czynienia z wyrobem demokracjopodobnym. Na swój użytek nazywam system, w którym przyszło nam funkcjonować – **tuskolitaryzm*** [DRz <http://dorzeczy.pl/> 12.12.2014]. Okazіоналізм *demokracjopodobny* репрезентує ономасіологічну категорію явища зі значенням ‘схожий на щось, неоригінальний, неправдивий, такий,

що не відповідає стандартам’. Схожий приклад зафіксований в іншій статті: **Produkt solopodobny** (заголовок): *Dotychczas sól była tylko solą. Jednak tydzień temu dowiedzieliśmy się, że oprócz tej zwykłej, spożywczej jest jeszcze sól wypadowa. I że tej drugiej nie wolno jeść. A jedlibyśmy ją nadal gdyby solnej afery nie ujawnił reporter „Uwagi!” TVN* [W <https://www.wprost.pl/> 4.03.2012]. Можемо припустити, що зразком новоутворення, стала ономасіологічна структура типу *chleborodobny* ‘про несмачний хліб, який не відповідає вимогам’. Формант *-podobny* утворює протиставлення *оригінал – прототип чогось* і наділяє апелятивні лексеми негативною оцінкою предмета чи явища. Тут актуалізується сема ‘несправжній’. Оказіональний неологізм **Tuskolitaryzm**, що виконує роль заголовка процитованої вище статті (*Witajcie w Tuskolitaryźmie*), утворено від прізвища колишнього прем’єр-міністра Д. Туска. Лексема є контамінацією прізвища та виразу *тоталітаризм*, створена з метою негативної оцінки діяльності політика.

2.2.3. Графічні okazіональні вживання слів

В аналізованих текстах ЗМІ трапляються способи okazіонального вживання слів за допомогою графічного увиразнення, що сприяє привертанню уваги на візуальному рівні. Мова йде про okazіональні вживання типу **chytry lis(t), kobieta z k(l)asą** тощо. Такого роду прийом є прагматичною мовною грою, згідно з правилами якої інтерпретатор повинен прочитати приклад у два етапи, а саме: *chytry lis* (натяк на *farbowany lis* ‘про когось нечесного, нещирого; хто видає себе за когось іншого’) та *chytry list*, що в контексті окреслює лист-прохання до президента Б. Коморовського щодо встановлення у Варшаві пам’ятника жертвам катастрофи у Смоленську (2010 р.). В іншому прикладі *Kobieta z k(l)asą* закодовується подвійна інформація про позначуваний об’єкт: *Karolina Bedrunka jest kobietą z klasą* (ФО *ktoś z klasą* означає ‘той, хто має свій (зазвичай, неповторний) стиль; неординарний, що знає, як себе поводити’ [239, с. 302]) та значення *Karolina*

Bedrunka jest kobietą z kasą, що передає інформацію про заслуги особи в реалізації фінансових дотацій Європейського Союзу. У статті читаємо: *Mimo absorbujących zajęć znajduje jeszcze czas na karierę naukową. W 2008 r. uzyskała tytuł doktora na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. Jest autorką ok. 40 artykułów, publikacji oraz analiz naukowych. Karina Bedrunka jest laureatką Złotego Lauru Umiejętności i Kompetencji 2013* [Forum opolskiego biznesu <http://forumopolskiegobiznesu.pl/kobieta-z-klasa> 04.02.2016].

У наступному прикладі здійснюється обігрування лексем *революція* та *еволюція*: **(R)ewolucja drożdżówkowa** [P <http://lekarski.blog.polityka.pl> 26.01.2016] – інформація про впровадження здорового харчування в польських школах. У заголовку **(Nad)wrażliwa pamięć** [P <http://muranow.blog.polityka.pl> 03.02.2016] закодована інформація про встановлення пам'ятників як засобів пам'яті про історичне минуле. Схожими є приклади: **(o)błędna polityka** – obłędna i błędna – ‘про нерозсудливу і неправильну політичну діяльність тогочасного польського уряду, що призводить до економічних проблем’: [...] *czynniki rządowe oskarżyły analityków bankowych o to, że swoimi czarnymi prognozami spowodowali załamanie na rynku. Było to oskarżenie przesadne, bo analitycy nie są aż tak silni. Samodzielnie nie mogliby zresztą wpłynąć na rynek, gdyby nie (o)błędna polityka rządu* [W <https://www.wprost.pl> 2003]. Ще один приклад **o(bama)pieka** [P-d 2012, nr 28, s. 24] поєднує лексему *opieka* і прізвище *Obama* та вживається для позначення інформації про реформу медичного страхування у Сполучених Штатах Америки, яку здійснив Б. Обама. В англомовних медіа реформа дістала назву *Obamacare*, що дослівно перекладається на польську мову як *Obataopieka*.

Т. Л. Коваль виділяє графічні способи візуалізації тексту в окрему групу й трактує як спосіб візуально-прагматичного оформлення текстів. До таких способів авторка відносить: вживання пікторгам, виділення лексем іншим кеглем, утворення графосемантичних або графоакцентованих

оказіоналізмів. Дослідниця пояснює тяжіння до візуалізації тексту як: „1) пошук найбільш виразних графічних засобів для передачі емотивно-оцінної інформації; 2) задоволення потреби письмового вираження експресії; 3) вживання нетрадиційних засобів для створення певного стилістичного або естетичного ефекту; 4) використання різноманітних лексичних комбінацій, мовних ігор, свідомого порушення мовних норм, які вимагають відповідної „нетрадиційної”, ненормативної графічної форми” [53, с. 173]. Виділяючи такі причини, дослідниця безперечно має рацію. Хотілося б тільки уточнити, що така тенденція є специфікою не тільки українського дискурсу і навіть не тільки мас-медійного дискурсу, але літератури в більш масштабному розумінні цього значення, тобто як різного вияву писемної діяльності сучасного періоду, як тенденція постмодерністської культури, у якій перебуває сучасний мовець. Наприклад, схожі графічні okazіональні утворення можна знайти у віршах українського поета-постмодерніста Ю. Іздрика. Автор вдається до прийому графічного увиразнення з метою створення багатозначності, зв’язності цілого тексту, наприклад: *берег(ти)* (заголовок): *є лівобережні є правобережні / а ти безберегий і необережний / живеш під заставу шукаєш заплаву / і рідко торкаєшся дна*. Авторське оформлення заголовка дозволяє поєднати в одному слові три значення – іменник *берег*, дієслово *берегти* й займенник *ти* і застосувати прийом побудови тексту на основі груп спільнокоренових слів (*берег* – *лівобережні*, *правобережні*, *безберегий*; *берегти* – *необережний*). Схожий прийом зафіксований у низці віршів автора: *ко(с)мічне* (заголовок): *ти комета без мети – я стрілець без цілі / ти крізь темряву летиш і молочний шлях [...] це комедія комети і стрілецький фарс* [47, с. 26]. Гра слів і значень у поетичному тексті першочергово виконує естетичну та когезійну функції, з якими тісно пов’язана експресивно-імпресивна функція.

Польська дослідниця Р. П’єнтова характеризує використання графічних знаків у мові преси як „явище лексичної номінації за допомогою

знакової деривації (пол. *derywacja ikoniczna*), яка, на думку вченої, впливає з поетики текстів постмодернізму, оскільки саме поетика постмодернізму вдається до високої організації структури у сфері мовних засобів [191, с. 161]. Схожих припущень дотримуються й інші мовознавці. Т. Мічка характеризує сучасний телевізійний медійний простір (відзначаючи схожі риси в інших мас-медіа) як постмодерністську гру, що полягає у трансформації медійної комунікації з моделі педагогічної розповіді, яка спрямовує хвилю інформації від адресанта до адресата, у нову модель підсиленої взаємної активності як адресанта, так і адресата у формі „спільного бесідування” [188, с. 24]. Отже, приклади графічного увиразнення мовних засобів закликають читача до діалогу, до інтелектуального дешифрування значення.

На підставі аналізованих прикладів okazіональних неологізмів, зібраних у текстах сучасних польських ЗМІ, можемо зробити висновки:

1) у мові польської преси останніх 15 років помітна тенденція до створення лексичних неологізмів, необмежених стереотипами та будь-якими правилами й нормами цензури й етики;

2) за структурними параметрами виникають okazіональні неологізми-лексеми, словосполучення та приклади поєднання двох лексем в одній конструкції;

3) okazіональні неологізми створюються на основі наявних у польській мові ономазіологічних структур;

4) зафіксовані випадки порушення словотвірних норм польської мови сприяє виникненню експресивного (підкресленого) ефекту лексем;

5) okazіональні неологізми є контекстуально вмотивовані;

6) графічне увиразнення мовних засобів є результатом тенденції до візуалізації текстів ЗМІ.

2.3. Структурно-семантичні зміни власних назв

Ономастикон лексичної системи мови вражає багатством та універсальністю. Ономастичні дослідження ВН з погляду різних мовознавчих аспектів завжди були цікавими й актуальними. Різноманітність підходів до аналізу ВН зумовлена їхньою багатофункціональністю, а саме: можливістю в різних комунікативних ситуаціях і з метою забезпечення різних прагматичних мотивів мовця виконувати дескриптивну, алюзивну, експресивну чи імпресивну функції [198, с. 157].

У полоністиці напрацювання в галузі публіцистичної ономастики репрезентовані низкою праць М. Рутковського. Особливо важливою для нашого дослідження є праця, присвячена функціональним характеристикам ВН [198], та окрема стаття, що аналізує експресивність ВН, у якій докладно розглянуто джерела виникнення експресії на прикладах назв музичних груп, ономастикону субкультур тощо [194]. Спільно з К. Сковронек вчений з'ясовує актуальні проблеми функціонування ВН у сучасних медіа-каналах та пов'язані з ними питання створення т. зв. медіа-реальності за допомогою ВН (об'єкт дослідження становлять назви газет, журналів, радіо- й телепередач, різноманітних шоу тощо) [195]. Вчені досліджували цікавий аспект функціонування ВН у ЗМІ, культурі та суспільстві як результат постомодерністської культури, якій властиве порушення будь-яких правил, вихід за межі норми, створення каламбурів, різноманітної гри слів, покликання реалізовувати функцію критики, виступ проти цінностей, бунт проти подій реальності на мовному рівні (наприклад: декомпозиція виразів як увиразнення лексичного значення слів: *Moto-cykl*, *Party tura* (співзвучність з англ. *party* 'вечірка'), *Ślowo-tok-show* (англ. *to talk* 'говорити'), лексичні новотвори з жартівливим забарвленням: *Malolat* (передача для малих дітей), *Made in Poland* (радіоефір з музикою польських виконавців), каламбури в назвах радіопередач: *Jeśli niedziela to Piątek* (від прізвища редактора *T. Piątko*) [195].

Таку тенденцію до різноманітних структурно-семантичних засобів трансформації ВН у мові ЗМІ як засобу персвазії та маніпуляції можна спостерігати й на прикладах вживання реальних імен – антропонімів. На це звернули увагу А. Кудра та Б. Кудра у статті „Між маніпуляцією та персвазією (про функціонування антропонімів у тексті преси)” [183]. Польські вчені фіксують вживання антропонімів політичної сфери з яскравою прагматичною функцією, що забезпечує досягнення іронії, жарту, висміювання тощо завдяки прізвишкам, перифразам, словотвірним дериватам, алюзивним лексемам тощо [183].

В українській лінгвістиці експресії ВН у ЗМІ присвячене дисертаційне дослідження та монографія В. І. Ільченка [48]. Вчений досліджує формування соціального поля ВН в українських ЗМІ та співвіднесення з їхньою експресивною функцією, функціонування імен у заголовках. Мовознавець стверджує, що автор медіа-тексту вдається до структурно-семантичних видозмін ВН, які наповнюють ВН експресивним навантаженням, з метою формування „соціального” образу, переосмислення важливих на суспільному рівні подій і формування громадської думки [48, с. 5]. І хоча в ЗМІ вживається ім’я уже „задане” і не залежить від авторської фантазії” [48, с. 5], зате автор медійного тексту здатен виразити своє ставлення до денотата назви завдяки творчій інтерпретації структурної оболонки ВН, яка часто відображається низкою конотативних нашарувань на семантичному рівні ВН. Тому експресія ВН у сучасних текстах ЗМІ має соціальний характер, зумовлюється екстралінгвальними чинниками і функціями мас-медіа [48, с. 5]. Соціальна експресія ономастичних одиниць розглядається й у статті Є. А. Макаренко [78]. Під фокус лінгвістичного дослідження вченої потрапили ВН та їхні вторинні найменування – перифрази з публіцистики.

ВН на шпальтах газет і журналів виконують основну номінативно-референтну функцію, називають денотатів-учасників конкретних суспільних,

політичних, спортивних та ін. подій. Однак об'єктом дослідження в цьому підрозділі виступають ВН, у яких основна номінативна функція стає другорядною. При цьому важливим стає не денотат назви, а його характеристика, закодowana в назві, і відношення автора до денотата. Такі ВН спочатку не містять експресивної складової, натомість набувають експресивності під час вторинного креативного вживання в текстах польських ЗМІ. Таке вторинне вживання ВН належить до експресії прагматичного типу, під якою А.Цеслікова розуміє надання прізвищ особам з метою візуалізації, закріплення в мові риси особи та для вираження свого ставлення до певної особи за допомогою засобів мови [152, с. 114].

2.3.1. Трансформація зовнішньої форми власних назв

Аналіз ономастичного матеріалу в медійному просторі дозволив виявити приклади, у яких автори текстів вдаються до видозмін структурної оболонки ВН, що призводить до асоціативних відношень між денотатом ВН і значенням лексеми, у яку модифікується ВН, наприклад: **Brzedzislaw Komorowski** – Bronisław Komorowski, **Komik-Mikke** – Janusz Korwin-Mikke.

Трансформація імені *Bronisław* на *Brzedzislaw* полягає у відсиланні до лексеми *brzedzić* – синонім до лексеми *bredzić* ‘говорити видумані речі, уявні, помилкові, недоречні, говорити дурниці, баламутити, брехати’ [246]. У коментарях читачів електронних ЗМІ зафіксовані й інші модифікації прізвища, а саме: **Bredziasław Bul Komoro-WSI**, де використана помилково написана лексема *ból* як натяк на ситуацію, коли Б. Коморовський зробив помилку під час написання слова з літерою *ó* та на акронім WSI (Військова інформаційна служба), або ж ім'я **Brąnek**, в якому звукосполучення [on] передано через літеру *q*, яка в польській мові є носовим голосним звуком і в позиції перед *t*, *d*, *c*, *dz*, *cz* вимовляється [on].

Використовуючи зміну прізвища *Korwin* на *Komik*. Автор експлікує в такий спосіб власне ставлення до особи як до комічного актора, циркового

клоуна, не трактує його поведінку серйозно. Мотивація (інтра- та екстралінгвальні чинники, що стають причиною вторинного експресивного вживання ВН) цієї видозміни прізвища пояснюється ексцентричним, скандальним стилем поведінки політика Я. Корвіна-Мікке на публічних заходах, під час політичних виступів. Видозмінена ВН містить сему ‘соціальне ставлення до політика’.

Авторські креативні форми ВН у текстах польських ЗМІ є різновидом мовної гри. Наприклад: *Hardman* – Jan Hartman: *Mógł Jan **Hartman** (jestem pewien, że właściwiej brzmi „**Hardman**” – jak Spiderman czy Batman) namawiać do narodowej dyskusji o współżyciu seksualnym z babcią czy szwagrem, mogą i pojawić się następni „łamiący tabu”. I to bojowi temu zawdzięczamy niedawny kazirodczy felieton pana **Hardmana** przez „t” w środku* [wS 42, nr 2014, s. 10]. Такого роду перетворення ВН у літературі предмету характеризується як стилістична фіктонімізація (від терміна *фіктоніми*, що означає назви вигаданих осіб, географічних та інших об’єктів у художніх творах [48, с. 33]). Реальні імена трансформуються в „напівфіктивні” ВН за допомогою фонетичних, морфологічних, лексичних засобів [48, с. 33]. У ЗМІ такі ВН не є авторською вигадкою для стилізації, як у художньому тексті, а „підлаштовуються” під властивості, якості, ознаки денотата” [48, с. 34] для експресивного моделювання політичного образу особи. У конкретному випадку антропонім набуває іронічного забарвлення за допомогою порівняння з персонажами фільмів про Спайдермена та Бетмена як з образами супергероїв.

Змін зазнають і ВН відомих осіб міжнародного рівня: *Cameron* – *Kameleon* – хамелеон. Поведінка політика порівнюється зі здатністю хамелеона змінювати свій зовнішній вигляд. Цим підкреслюється непостійність його поглядів і рішень. Часто зовнішня оболонка ВН може стати причиною його структурної видозміни поряд з екстралінгвальними чинниками, як у наведеному прикладі прізвище *Cameron* є співзвучне з

лексемою *kameleon* (як і проаналізоване вище *Korwin* – *komik*), тобто стилістична алітерація.

Розглянемо й трансформацію топонімів, ергонімів: **AK-pulco** – Асарпулько – мотивація видозміни полягає у співзвучності з назвою карабіна АК-47 для повідомлення про кримінальну ситуацію, що панує в Акапулько: **AK-pulco**. *Kiedyś perła Pacyfiku, dziś front narkotykowej wojny* [W 2014, nr 42, s. 72]. **Solimarność** – Solidarność (заголовок статті): *300 mln zł kosztowała budowa Centrum Solidarności w Gdańsku* [P 34, 2013, s. 8] – виражається оцінка будівництва споруди через сему ‘марнотрацтво’. „**Kac Vegas**” – *Las Vegas* – лексема *kac* ‘похмілля’. У ВН закладена в такий спосіб характеристика описуваної події: *A Przemysław Wipler nie jest chyba bezbronną ofiarą policji, na jaką kreował się tuż po suto zakrapianym wieczorze z kolegami [...] A to z kolei „Kac Vegas” i elita w polskim wydaniu* [wS 2014, nr 12 (68), s. 12]. Назва теж використана для асоціацій з містом Лас-Вегас, відомим світовим центром розваг та ігрового бізнесу. Так, здійснюється семантизація ВН – процес її перетворення на ім’я-характеристику на основі семантичних відношень між первинною формою ВН і її видозміною [48, с. 34].

З метою увиразнення ВН застосовуються різні методи візуалізації: **E(U)ROZJA** – написання великими літерами, контамінація *Europa* + *erozja*. Метафоричне словосполучення *erozja Europy* забезпечує дворівневий спосіб прочитання прикладу: інтенсифікація значення процесу нищення чогось і вказівка на проблеми в європейських країнах, пов’язаних з безробіттям: *Albo Europa przyjmie amerykańskie wzorce ekonomiczne, albo skaże się na degradację [...] Podczas gdy średnie bezrobocie w Europie wynosi 10 – 12 proc. i rośnie, w USA od sześciu lat nie przekroczyło 5 proc. i maleje [...]* [W 2002, nr 14, с. 36]. Автор інтенсифікує семи ‘нищення’, ‘деградація економічного стану’ європейських країн.

Процес назвотворчої гри, проілюстрований вищенаведеними прикладами, відбувається за допомогою видозміни форми та змісту через інтерсемантичні взаємовідношення лексем (як у прикладі *Europa – erozja*) та за допомогою сформованих у мовній лінгвокультурі конотативних значень інших ВН (як у прикладі „*Kac Vegas*” – *Las Vegas*). Трансформації здійснюються внаслідок відсилання до лексичного значення конкретної лексики, яке ефективніше підкреслює рису, особливість, на яку автор хотів би звернути особливу увагу читача. Автор жартівливо говорить про важливі речі.

У текстах польських ЗМІ відбувається введення в текст пестливих імен, прізвищ: *Adaś* (Adam Małysz), *Bartek* (Bartłomiej Sienkiewicz), *Bronek* (Bronisław Komorowski), *Donek* (Donald Tusk), *Kaczorek* (Jarosław Kaczyński), *Rysio* (Ryszard Czarnecki) або усічення основи прізвищ: *Piechot* (Janusz Piechociński), *Kura* (Jacek Kurski), *Kwas* (Aleksander Kwaśniewski), *Girz* (Zbigniew Girzyński) тощо. Експресивність наведених форм ВН зумовлена порушенням норми вживання ВН у конкретному соціальному полі (сукупності факторів, що визначають належність денотата ВН до конкретної соціальної групи за різними критеріями: вік, сім'я, професія, захоплення тощо) [14, с. 334]. Оскільки медійні тексти як офіційна сфера публічної комунікації вимагає вживання ВН згідно з загальноприйнятими правилами мовної поведінки (у польській мові прийнято вживати ім'я та прізвище, на відміну від східнослов'янських мов, у яких нормою є й вживання імені по-батькові як знак поваги до особи). Пестливі й усічені форми більш характерні для неофіційної сфери спілкування, соціального поля сім'ї, друзів. Такі словотвірні процеси в медіа-тексті відіграють функцію висміювання, виражають іронічне ставлення автора до денотата назви, характеризуються високим рівнем фамільярності. Недаремно польські мовознавці Б. Кудра та А. Кудра трактують такі словотвірні операції як ефективний спосіб персвазії, що полягає у створенні іронічного образу особи у свідомості читача [183,

с. 97]. ВН виконує імпресивну функцію (відношення *ВН* : *читач* – вплив на читача через ВН) [198, с. 22]. Внаслідок чого відбувається поєднання експресивної функції (імпульс передачі значення від автора до ВН) та імпресивної (від ВН до читача).

Розглянемо конкретні приклади: *Zasadniczo najzabawniejsza jest reakcja Millera, który nagle przypomniał sobie, jak to nawalony jak stodoła Kwas zataczał się w Katyniu* [WS 2013, nr 9, s. 7]. Форма *Kwas* (Kwaśniewski – *Kwas* – усічення основи та чергування *ś* : *s*) мотивується значенням лексеми *kwasy*, яка в польській розмовній мові вживається для позначення дешевого вина. Існує діалектна форма *kwasiór* у значенні ‘вино’ [163, с. 487]. Таким чином, висміюється захоплення А. Квасневського алкогольними напінками. Недаремно й ужитий фразеологізм *nawalony jak stodoła* зі значенням інтенсивності ознаки ‘дуже п’яний’ [239, с. 746]. Фразеологізм логічно виправдовує усічення прізвища. Форма *Kwas* як найменування А. Квасневського вживається в польському мовленні рідше, ніж досить поширена форма *Kwach* (результат усічення основи та чергування *ś* : *ch*), підтвердженням чого є результати пошуку в Національному корпусі польської мови [240]. На заданий запит *Kwas* знайдено 220 прикладів, однак тільки один із них найменував політика, натомість на запит *kwach* знайдено 22 результати, 15 з яких стосувалися політика. Можемо узагальнити, що в наведеному вище прикладі форма *Kwas* характеризується вираженою експресивністю, що базується на соціальній мотивації. Не менш важливу роль на користь експресивності відіграє оказіональний характер ВН, оскільки з частим вживанням експресивне значення мовної одиниці може „затиратися”, зникати, й ономастична одиниця втрачає свою виразність, набуває характеру узуального вживання.

Занотовано такий приклад усічення антропоніма: *Piechot – Piechociński* (усічення основи та чергування приголосних *ć* : *t*), ужитий у контексті: *A Piechot, jak samo nazwisko wskazuje, był dobry w łażeniu po Sejmie i... okazało*

się, że to jego jedyna umiejętność [wS 2013, nr 31 (32), s. 8]. Використана форма викликає асоціації з лексемами *pieszo, na piechotę* ‘пішки, власними ногами’ й актуалізовує внутрішню форму прізвища, вжитого з метою характеристики діяльності політика як ‘беззмстовного ходіння по Сеймі’. Крім цього, значення ВН увиразнюється за допомогою лексеми з розмовного мовлення *łażenie*, іменник від дієслова *łazić* ‘ходити повільно, тяжко, незграбно, часто беззмстовно, з місця на місце; волочитися’.

2.3.2. Актуалізація внутрішньої форми власних назв

Актуалізація внутрішньої форми ВН здійснюється як прийом мовної гри за допомогою введення в текст омонімічних форм. Наприклад: **Oko** *opatrności* (заголовок): *W bydgoskiej bazylice odbył się niedawno kongres „Stop ateizacji”*. *Jedną z jego gwiazd był ks. profesor Dariusz* **Oko** [P-d <http://www.tygodnikprzeglad.pl/> 01.2013.12] – вираз *oko* провидіння співзвучне з прізвищем священика *Oko*. *Prawda w oczy* **Cole** [wS 2014, nr 4(113), s. 66] – прізвище американського реп-виконавця Ж. Коула (англ. *J. Cole*) співзвучне з дієсловом *kole* у складі прислів'я *prawda oczy kole*. **Bushujący** *w gospodarce* [W 2003, nr 18, s. 39] – суфікс активного дієприкметника (пол. *imiesłów przymiotnikowy czynny*) польської мови *-qc(y)* поєднаний з прізвищем *Bush* (Дж. Буш), унаслідок цього виникають перші можливі асоціації з формою *buszujący* від *buszować* ‘бігати, грабувати, нищпоритися’ [246]. Словосполучення є алюзією на назву роману американського письменника Дж. Селінджера „Ловець у житі” (пол. „Buszujący w zbożu”). В іншому заголовку застосовується натяк на мультиплікаційний фільм „Чарівник країни Оз” (пол. „Czaroksiężnik z Krainy Oz”), завдяки чому актуалізовується омонімічна форма прізвища: *Medycyna z krainy* **OZ**: *Mehmet* **Oz** *to najslawniejszy lekarz USA. Jego program ogląda codzień ponad 12 mln widzów* [W 2013, nr 13, s. 64]. При цьому здійснюється імплікація порівняння лікаря Оз з чарівником Оз з метою вираження позитивної оцінки лікарської

діяльності та компетенції. „*Świerzość*” *spojrzenia* [P-d 2002, nr 6, s.36] – лексему *świeżość* написано через літеру *rz* для натяку на прізвище *W. Świerzy* – польського художника-графіка. *Pięta prezesa* [P 2013, nr 34, s. 30] – у цьому прикладі відбувається мовна гра, що полягає в омонімії прізвища польського політика – *S. Pięta* – та апелятивної лексеми-компонента ФО *pięta Achillesa* ‘слабке місце когось чи чогось’.

Не менш ефективним способом увиразнення є фонетична експресивізація БН: *Czary-mary z Włodzimierzem Czarastym miały egzotyczny wymiar namaszczenia, jak żegnanie rycerza idącego na wyprawę krzyżową* [Prz 2005, nr 5, s. 90]. Завдяки алітерації обігрується фонетична оболонка прізвища, відбувається стилізація висловлювання на художню мову, що підкріплюється порівнянням політика з лицарем. Заголовок статті *Pendolino – pęd w dolinę: Kupienie za gigantyczne pieniądze włoskiego pociągu Pendolino pokazuje, że rząd Tuska nie jest w stanie niczego się nauczyć* [DRz 2013, nr 30, s.10]. Покупка італійських потягів марки „Пендоліно” оцінюється як ‘рух вниз, падіння’.

Знаходимо ще цікаві випадки актуалізації внутрішньої форми: *Tym razem w Łodzi też porażki – z Partii Miłości usunięto kilku florystów. Łódzcy floryści to wielbiciele kwiatków ze szczególnym uwzględnieniem szefa NIK Krzysztofa Kwiatkowskiego, którego frakcję w partii tworzyli* [wS 2013, nr 35 (39), s. 6]. Корелюють значення лексем *kwiatek*, *floryści* і *Kwiatkowski*.

Семантична гра з прізвищем польського футболіста Г. Лято (пол. *G. Lato*) відбувається внаслідок омонімії з назвою пори року літом (пол. *lato*): *Już niech się skończy Lato. Koniec karnawału, czas na rozliczenia. [...] A za Euroblamaż Smuda i Lato dostaną jeszcze gigantyczne pieniądze* [W <https://www.wprost.pl/> 12.06.2012].

Застосовування прийомів омонімії, алюзій на фразеологізми, прислів'я чи назви відомих художніх творів сприяє ефективнішому привертанню уваги читача, сприйняттю денотата назви через асоціативний чинник.

2.3.3. Експресивне „розшифрування” абревіатур

Експресивному ефектові служить тлумачення абревіатур у відмінний від норми спосіб, тобто авторське пояснення внаслідок зміни компонентів назви. Так, наприклад: пояснення акроніма ZUS (Zakład **U**bezpieczeń Społecznych) як *Zakład **U**bezwłasnowolnionego Społeczeństwa* служить для негативної характеристики інституції в заголовку статті: *ZUS nie należy naprawiać. Trzeba po prostu dać mu szansę upaść. Osoby uwolnione od składki emerytalnej mogą co miesiąc przy wypłacie dostawać jej równowartość. Uskładają na dom, narzędzia pracy, edukację. I to jest zabezpieczenie na starość. W XXI wieku sześćdziesięciolatek pozbawiony majątku, ale uzbrojony w wytrenowany mózg i komputer lepiej sobie poradzi niż klient ZUS i dziesięciu funduszy emerytalnych* [W 2001, nr 14, s. 7]. Пасивний дієприкметник (пол. *imiesłów przymiotnikowy bierny*) *ubezwłasnowolniony* (від *ubezwłasnowolnić* ‘позбавити можливості правничої діяльності’ [246]) вказує на ситуацію, у якій опинилося польське суспільство через обов’язкові сплати пенсійних внесків.

Порівняймо й низку інших прикладів: NFZ (Narodowy Fundusz **Zdrowia**) – *Narodowy Fundusz **Zdzierców*** [W 2005, nr 37, s. 77]; MSZ (Ministerstwo Spraw **Zagranicznych**) – *Ministerstwo **Sporów** Zagranicznych* [W 2006, nr 15, s. 23]; BMW (марка автомобіля) – ***Bawaria** **Może** **Więcej*** [W 2006, nr 17, s. 53]; PZU (Powszechny Zakład Ubezpieczeń) – ***Palikot** **Zawsze** **Ubezpieczony*** [W 2010, nr 35, s. 16]; PSL (Polskie Stronnictwo **Ludowe**) – ***Pomożemy** **Swoim** **Ludziom*** [W 2013, nr 39, s. 23]; PKP (Polskie Kojele Państwowe) – ***Polskie Koleje** **Przekrętów*** [P-d 2003, nr 43, s. 8]. При цьому змінений компонент носить оцінний характер: PiS (Prawo i Sprawiedliwość) – ***Prawo** **i** **Spiski*** [W 2009, nr 20, s. 28]; ***Picie** **i** **Swawole**, **Prawo** **i** **śmiech*** [W 2011, nr 26, s.4].

З метою створення додаткових часто оцінних значень ВН використовується заміна одного з її сталих компонентів: *Republika Federalna*

Niemiec – *Republika Federalna Nasycionych* [W 2006, nr 15, s. 68]; Narodowe Fundusze **Inwestycyjne** – Narodowe Fundusze **Interesików** – (NFI) [W 2006, nr 17, s. 46]; Platforma **Obywatelska** – Platforma **Antyobywatelska** [wS 2014, nr 42, s. 13]; Solidarna **Polska** – Solidarna **Ziobra** (3. Ziobro – польський політик) [wS 2014, nr3, s. 7].

Різних перетворень зазнає в медіа-текстах назва *Rzeczpospolita Polska*. Цю назву, на підставі тверджень В. І. Ільченка, можна віднести до т.зв. ономастичної лексики „високого” стилю. Як зазначає автор, „деякі імена відповідно до їхньої звукової форми (часто з урахуванням енциклопедичного значення та семантичного наповнення відповідного апелятива) можуть асоціюватися з „низькими” або „високими” стилями. Такий „розподіл” ВН широко використовується в художній літературі для характеристики героїв, створення комічного ефекту” [48, с. 43]. Назва *Rzeczpospolita Polska* характеризується позитивним асоціативним наповненням, оскільки протягом історичного існування Польщі ВН вживається як офіційна назва саме незалежної Польської Республіки. В історії Польської держави налічуються три періоди незалежності: 1) друга половина XVII ст. – 1795 р., 2) 1918 – 1952 рр., 3) 1989 р. – до сьогодні. Внаслідок цього в мові функціонує назва *Rzeczpospolite numerowane*, а Республіка Польща від 1989 р. іменується як *Polska nr 3*, *Rzeczpospolita nr 3*, *Trzecia Rzeczpospolita* [182, с. 214]. Тому під час вживання назви актуалізуються семи ‘незалежність’, ‘свобода’, а також породжуються асоціації з існуванням Великого Королівства Литовського та Польського, з Польщею шляхетською (вживалися назви *Rzeczpospolita szlachecka*, *Rzeczpospolita Obojga Narodów*). У текстах газет і журналів, трансформовуючи цю назву, автори вдаються до змішання „високого” й „низького” стилів ономастичної лексики. Про аналогічні процеси в українській медійній ономастиці говорить В. І. Ільченко. Зокрема, зафіксовані приклади: *Europospolita Polska* (заголовок статті про ставлення поляків до впровадження в Євросоюзі єдиної валюти євро): *Polacy już teraz*

zaufali walucie, która 1 stycznia zastąpiła marki, franki, drachmy i dziewięć innych narodowych walut. Aż 59 proc. obywateli chce, by euro zastąpiło złotego [...] [W 2002, nr 2, s.8]. Rzeczpospolita **Wielu Narodów** (пор. Rzeczpospolita Obojga Narodów) – заголовок статті про ситуацію імігрантів у Польщі та пов’язані з цим проблеми на ринку праці: *Przybysze z Dalekiego Wschodu mogą być dla III Rzeczypospolitej tym, czym dla I i II Rzeczypospolitej byli Holendrzy, Szkoci, Niemcy czy Francuzi. Już teraz wielu imigrantów bije na połowę naszych rodaków pod względem pracowitości i uczciwości* [W 2002, nr 15, s. 20]. **Utracjusz** Rzeczpospolita (заголовок) – лексема *utracjusz* введена до назви з метою увиразнення змісту статті про державний борг: *Na początku lat osiemdziesiątych, kiedy kończyła się gierkowska dekada pożyczek, polskie zadłużenie wynosiło 20 mld USD. Na początku lat dziewięćdziesiątych, po zakończeniu dekady wojennego odrodzenia narodu, dług wzrósł do 50 mld USD. Na początku XXI wieku, po dekadzie rynku i demokracji, nasz debet przekroczył 70 mld USD* [W 2002, nr 17, s.42]. Персоніфіковане окреслення Польщі як марнотратної людини, такої, що легко витрачає гроші, здійснене з метою аксіологічного опису ситуації. Rzeczpospolita **Babska** – приклад характеризується яскравим експресивним значенням завдяки впровадженню ад’єктива *babska*, який за морфологічними характеристиками співвідноситься з субстантивованим іменником *Polska*. ВН іронічно окреслює участь жінок у політичній діяльності країни після обрання прем’єр-міністром Е. Копач: *Wyjdzie na to, żeśmy seksistami, ale nie poradzimy na to, że pani premier z upodobaniem otacza się innymi paniami* [wS 2014, nr 45, s. 6].

Частим прийомом графічного увиразнення є впровадження в слово відомої аббревіатури-акроніма. Внаслідок цього відбувається „накладання” слів одне на одне, немовби створення „каскадних конструкцій”. Досить популярними серед таких польських акронімів є аббревіатури двох панівних політичних партій PO (Platforma Obywatelska) та PiS (Prawo i

Справедливість). Наприклад: **PO co POsłowi POmerania** [W 2009, nr 19, s. 12] (Померанія – загальна гуманітарна вища школа); **Sny o POtędze** [W 2011, nr 19, s. 17]; **POmosty towarzyskie. Działacze warszawskiej PO pomagali zdobywać korzystne kontakty zaprzyjaźnionemu biznesmenowi? POłączył ich most** [P-d 2003, nr 39, s. 19]; **Kto się wPiSał w koalicję?** [P-d 2006, nr 2, s. 8]; **PrzePiS na cenzurę. PiS zabiera się do cenzurowania sfery obyczajowej w mediach** [P-d 2006, nr 7, s. 48]; **PIStandarty** [W 2006, nr 30, s. 52]. Актуалізація внутрішньої форми ВН при цьому слугує для візуалізації семантики: **JeZUSie, gdzie są moje pieniądze? System emerytalny jest oparty na szkodliwej iluzji** (ZUS – Zakład Ubezpieczeń Społecznych) [P-d 2013, nr 31, s. 48]; **Chorwacja bez EUforii** (UE – Unia Europejska) [W 2013, nr 26, s. 92]. Завдяки графічним виділенням актуалізуються інтерсемантичні зв'язки між аббревіатурою та апелятивними лексемами, створюється ефект натяку на позатекстову інформацію. Наприклад: *Życie PO franku: Otóż te 700 – 800 zł to dla wielu polskich „frankowiczów” dużo więcej niż „armagedon”. To dla nich jest koniec, bo właśnie tyle wydawali miesięcznie na utrzymanie całej rodziny. Dlatego niebawem ci ludzie wyjdą na ulicę i pójdą PO was* [wS 2015, nr 4 (113), s. 3]. Тут мова йде про осіб, які сплачують позику у швейцарських франках (*frankowicze* – від *frank*). Як бачимо, акронім виступає в ролі прийменника, але водночас є натяком на діяльність політичної партії (*Platformy Obywatelskiej*), яка зумовила нестабільність курсу польської валюти, що викликало фінансові проблеми у сплаті кредиту в іноземній валюті.

2.3.4. Алюзивно-онімні контамінації

Аналіз онімної лексики текстів польських ЗМІ засвідчує часте використання АОК, під якими розуміємо вирази та словосполучення, утворені внаслідок поєднання двох ВН з метою актуалізації характеристики денотата основної ВН (про який йде мова) за допомогою відсилання до іншої

ВН. Унаслідок такого прийому відбувається порівняння денотата ВН з відомою особою, образ якої сформований у суспільній свідомості як сукупність конкретних конотативних характеристик. Такого роду контамінація може здійснюватися в межах однієї ВН, наприклад, прізвища: **Kaczaaszwilli** (*Kaczyński* + *Szaakaszwili*): мотивацію творення АОК можемо зрозуміти в контексті: *Niektórzy ludzie głowią się nad tym, po co tak naprawdę Prezes Kaczaaszwilli odwiedził Gruzję (przecież nie po to, żeby odebrać jakiś medal, bo akurat takie wyróżnienie ma w nosie). Rozwiązanie zagadki jest proste. By podpatrzeć, jak to się robi. Czyż to nie w Gruzji były premier wywodzący się z dawnej partii rządzącej siedzi obecnie w kiciu?* [DRz 2013, nr 28(028), s. 9]. Форма *Kaczaaszwilli* створена з метою вказівки на візит Я. Качинського до Грузії 2013-го р. Під час візиту польський політик отримав від тогочасного президента Грузії М. Саакашвілі Орден Перемоги ім. святого Георгія. Ситуація викликала значний резонанс у польських ЗМІ, оскільки згідно з польським законодавством дозвіл на прийняття ордену від іноземної країни повинен видати президент. Я. Качинський, не отримавши жодного дозволу, все ж прийняв орден.

Поєднання ВН здійснюється і за зразком ім'я денотата X + прізвище денотата Y. Наприклад: **Margaret Merkel** (*Margaret Thatcher* + *Angela Merkel*): М. Тетчер – перша жінка, яка стала прем'єр-міністром європейської країни, відома своїми твердими політичними рішеннями та політичною діяльністю, за що названа Залізною Леді. Автор онімної контамінації стверджує, що такими рисами характеризується німецька канцлер. **Lech Kwaśniewski** (*Lech Wałęsa* + *Aleksander Kwaśniewski*): ВН твориться для характеристики політичної позиції президента Польщі О. Квасневського, порівнюючи з позицією колишнього президента Л. Валенси. Підтвердженням цього є цитата зі статті: *Kwaśniewski – jak wcześniej Wałęsa – traci polityczne poparcie i popada w kolejne konflikty* [W 2002, nr 17, s. 35]. **Małgorzata Coelho** (*Małgorzata Tusk* + *Paulo Coelho*): П. Коельо –

бразилійський письменник. Цей приклад виконує роль іронічного порівняння письменницької діяльності М. Туск, яка написала книжку про свого чоловіка політика Д. Туска.

АОК часто створюється за допомогою використання імен-персонажів з художніх творів, мультиплікаційних фільмів: **Bart Sienkson** (Bartłomiej Sienkiewicz + Bart Simpson): Барт Сімпсон – постать з мультиплікаційного фільму „Сімпсони”, є уособленням образу бешкетника й авантюриста, тому такі ж риси приписуються політикові Б. Сенкевичу. У цьому випадку ім’я *Bartłomiej* зазнає усічення для абсолютної відповідності з іменем персонажа. **Cruella de Merkel** (*Cruella de Mon* + *Angela Merkel*): Круелла де Мон – персонаж анімаційного диснейвського фільму „101 далматинець”, грає роль злої, егоїстичної жінки. Автор АОК вважає, що німецька канцлер характеризується такими ж рисами. **Donald Corleone** (*Donald Tusk* + *Don Corleone*): Дон Корлеоне – головний герой роману М. П’юзо та екранізованого фільму „Хрещений батько”, постає в ролі злочинця-мафіозі. Автор порівнює з цим персонажем польського політика. **Donald Dyndała** (*Donald Tusk* + *Grzegorz Dyndała*): Жорж Данден – герой однойменної п’єси Ж.-Б. Мольєра. Персонаж, прагнучи потрапити до шляхетського кола, одружується з дівчиною, яку не любить. Художній герой уособлюється з образом простої, бідної людини, яка через власну провину потрапляє в складну ситуацію. Відомий вираз: *Sam tego chciałeś, Grzegorzu Dyndało*, який використовується, коли особа сама спричинила свої проблеми. З такою інтенцією порівнюється польський політик з героєм п’єси.

Подібні АОК творяться за допомогою поєднання топонімів для підкреслення їхніх конотативних значень: **Polskandia** czy **Polskaruś**? (*Polska* + *Irlandia*, *Polska* + *Białoruś*): *Z Polski jest teraz niemal dokładnie tak samo daleko (i tak samo) blisko na Białoruś jak do Irlandii. Każdy ma takiego Łukaszenkę, na jakiego zasługuje; nasz nazywa się Lepper* [W 2005, nr 31, s. 3]. **Galeria Ameropa** (*Ameryka* + *Europa*): *Skarby Europy w Nowym Jorku. By*

zobaczyć jedne z największych dzieł sztuki, trzeba pojechać do USA lub sprowadzić dzieła z amerykańskich muzeów [W 2005, nr 31, s. 99]. Tak czy siak, wielu uznało, że Wałęsie marzą się **Polskoniemcy** lub raczej, co oczywiście z przyczyn ekonomicznych, **Niemcopolska**, a może po prostu – nowy niemiecki land, nazwijmy go dla niepoznanki **PO-landem** [wS 2013, nr 44, s. 38].

У досліджуваному матеріалі знаходимо приклади АОК, утворених за допомогою мовних контамінацій ВН та апелятивної лексики: **Gejrlin** (gej + Berlin): *Berlin – stolica gejów. Stolica Niemiec co najmniej od czasów republiki weimarskiej pełni funkcję centrum europejskiego homoseksualizmu* [W 2006, nr 17, s. 34]; **Ziobrominator** (Zbigniew Ziobro + terminator) [W 2006, nr 21, s. 38]; **Tusknami** (Tusk + tsunami): *Przez Polskę przechodzi fala Tusknami* [DRz 2014, nr 8, s. 79].

2.3.5. Прізвиська

На загальному тлі сучасного польського публіцистичного ономастикону вирізняються авторські онімні конструкції-прізвиська. Прізвиська належать до категорії індивідуальних імен, вони надаються конкретній особі, яскраво виражають авторське ставлення до особи та становлять форми більш характерні для неофіційної комунікативної ситуації [235, с. 121]. Серед зібраного фактичного матеріалу вирізняється функціонування прізвиськ в інтерпозиції, тобто конструкція типу ім'я + прізвисько + прізвище. При цьому в ролі прізвиська може бути:

- 1) фраза, яку вжито під час публічного виступу особи: Grzegorz „**No mercy**” Schetyna, Tadeo „**Mówię wszystkimi językami**” Iwiński, Kazimierz „**Yes... yes... yes**” Marcinkiewicz;
- 2) усічена форма імені або прізвища: Mirosław „**Miro**” Drzewiecki, Rafał „**Grupa**” Grupiński; фіктонімом: Radek **Sknerus**-Sikorski.

Функціонують ВН з прізвиськами у препозиції: **Terminator** Kwaśniewski, **Minister-od-zegarków**-Sławomir (натяк на те, що міністр

транспорту С. Новак не вказав у декларації про доходи дорогого годинника; у ЗМІ функціонує пов'язане з цією ситуацією словосполучення *afera zegarkowa*), *TwiterrRadzio* (натяк на те, що політик Я. Сікорський є активним користувачем соціальної мережі Твіттер). Як бачимо, прізвиська – це носії конкретної характеристики про денотат назви, тому функціональні особливості прізвиськ у медіа-текстах полягають в інтенсифікації однієї конкретної ознаки серед сукупності інших. Прізвисько відіграє роль пресупозиції, автор „зкладає” в нього відповідні знання зі спільної з читачем картини світу. Наприклад: *Edward „Pomożecie?” Kwaśniewski* – вираз *Pomożecie* став гаслом періоду Польської Народної Республіки. Автором є Е. Герек, який на публічному виступі в Гданську 1971-го р. звернувся до публіки зі словами: *Możecie być przekonani, że my wszyscy jesteśmy ulepiani z tej samej gliny i nie mamy innego celu, jak ten któryśmy zadeklarowali: rozwijać kraj, umacniać socjalizm, poprawić warunki życia ludzi pracy. Jeśli nam pomożecie, to sądzę, że ten cel uda nam się wspólnie osiągnąć. No, więc jak – pomożecie?* [PolskieRadio.pl 25.01.2014]. Використання цього виразу, що відсилає читача до конкретної ситуації, продиктований авторською інтенцією порівняння А. Квасневського з Е. Гереком: *Koszty jego hojności podatnik będzie ponosił także wtedy, kiedy Kwaśniewskiego na urządzie już dawno nie będzie. A nie są to koszty małe – do roku 2020 nabiera się niemal 20 mln USD. Tyle, ile za Gierka, który też zmarnotrawił 20 mln zielonych, koszty ich spłaty zostawiając następnym pokoleniom* [W 2005, nr 34, s. 44].

Зібраний фактичний матеріал засвідчив утворення прізвиськ на зразок історичних форм ВН. Власне це й зумовлює їхній експресивний ефект у текстах ЗМІ, що пояснюється контрастом на тлі узуального ономастикону сучасної польської мови. Креативні утворення відсилають читача до історичної традиції найменування королів, осіб знатного роду. Виокремлюються три основні підгрупи прізвиськ у аналізованих медіа-текстах:

1) ім'я + числівник + прізвисько або прізвище денотата: *Aleksander II Gnuśny* (О. Квасневський) – за аналогією, наприклад, до *Kazimierz III Wielki*, *Bronisław I Komorowski* (*Król Bronisław I Komorowski*), *Bronisław I Chwilowo Bezwąsy* (приклад став іронічною реакцією на те, що президент поголив вуса, вживається й форма *Bronisław Bezwąsy*), *Radosław I Skromny* (Радослав Сікорський), *Robert I Złotonogi* (Роберт Левандовський – польський футболіст, тому ад'єктив *золотоногий* підкреслює професійну майстерність спортсмена), *Robert Pierwszy* (Роберт Кубіца – польський автогонщик, який став першим польським пілотом Формули-1).

2) ім'я + прізвисько: *Adam Olbrym* (Адам Малиш – польський спортсмен, стрибун на лижах з трампліна), *Marcin Zwycięzca* (Марцін Левандовський – польський легкоатлет, бігун на середніх дистанціях; наведений приклад є реакцією на перемогу спортсмена в чемпіонаті Європи з легкої атлети 2010 р.), *Steven Wielki* (Стівен Спілберг, ад'єктив позитивно характеризує діяльність кінорежисера, значення додатково інтенсифікується субстантивом *gigant*, ужитим у тексті: *Pozycję hollywoodzkiego giganta dała Spielbergowi wytwórnia Dreams Works* [W 2005, nr 32, s.96]);

3) звертання до титулованої особи: *Jego Tuskowość, Jego Sikorskość*, утворені на зразок *Jego Królewska Mość*. У текстах такі утворення служать вираженню іронії, сарказму тощо: *Najpierw Jego Tuskowość zachęcał do bojkotu referendum w sprawie HGW* [wS nr 33, 2013, s. 6]; *Znawcy twierdzą, że to ważna nominacja, świadcząca o tym, że Radzio szykuje się do przejścia schedy po Jego Tuskowość. Jego Sikorskość? A może Jego Nadętość?* [wS 2004, nr 9(65), s. 6].

Прізвиська характеризуються прагматичною мотивацією, що полягає у вираженні емоцій, які викликає в автора тексту денотат назви. Під час процесу створення прізвиська поєднується емотивна й раціональна оцінка денотата назви, якого автор у прізвиську „не тільки схарактеризував,

окреслив, але назвав, тобто закріпив своє емоційне ставлення в назві” [152, с. 114].

Здійснений аналіз фактичного матеріалу дозволяє схарактеризувати мовну експресивізацію ВН у текстах польських ЗМІ як багатомотивоване явище, що зумовлене чинниками, як-от:

- 1) фонічно-графічною оболонкою ВН, що забезпечує здійснення гри слів, мовних каламбурів;
- 2) асоціативними зв'язками з апелятивними лексемами, значення яких увиразнює конкретну рису або характеристику денотата назви;
- 3) словотвірними можливостями ВН (утворенням здрібнєлих форм, редукцією, що наділяє ВН відповідним пестливим або пейоративним відтінком значення);
- 4) фондом спільних знань автора та читача – пресупозицією, що базується на широкому спектрі історичних, культурних, літературознавчих, соціологічних знань, використання яких наголошує на відповідних відомостях про денотат назви й має входити у спільну когнітивну сферу автора та читача.

2.4. Алюзії – засоби створення експресивного ефекту

Експресивність як „відбиток”, „слід” індивідуального Я мовця (автора) в тексті виявляється не тільки через вираження його емоційного, духовного світу, але й інтелектуального досвіду, набутих знань.

Інтертекстуальність медійного простору є прийомом експресивного оформлення думки, стратегією, завдяки якій „порушується розрізнення діахронії й синхронії, компетенції й виконання, граматики й лексики, морфології й синтаксису, семантики й прагматики, правила й аналогії, конотації й денотації, незрозумілості й багатозначності [...]”. Іншими словами, інтертекстуальність активізує механізм несподіванки” [188, с. 20].

Алюзія окреслює авторську позицію та співвідноситься з новою отриманою інформацією, яку автор повинен передати через медійні канали у вигляді повідомлення. Маючи змогу безпосередньо описати ситуацію, автор все ж таки вдається до активізації колективної свідомості та культурної компетенції не тільки своєї, але й читача, відсилаючи до символів, образів, пов'язаних як з польською культурою зокрема, так і зі світовою загалом. Особливу емотивну й оцінну напругу передають алюзії, що походять з історичного й літературного фонду польського народу, які передають польську самобутність, патріотичні настрої, ототожнення себе з незалежним і могутнім народом. Варто зазначити й те, що адекватне розшифрування додаткового змісту, яким прагне наділити автор свої думки, можливе тільки в тому випадку, якщо і він, і читач „володіють спільною аперцептивною базою, тобто мають близькі за змістом фонові знання, ідеали, цілі, установки, схожий світогляд” [29, с. 154].

Експресивність алюзій полягає в інтеграції різностильових елементів (найчастіше, коли в публіцистичний текст вводяться елементи з художніх творів) та подвійною імплікацією значення (поєднання значення вислову у прототексті та в інтертексті, при цьому спільне значення метафоризується й виступає увиразнено).

Роль алюзій виконують назви та цитати з творів художньої літератури, з кінофільмів, музичних творів, звідси – розрізнення інтертекстуальних та інтермедіальних алюзій.

2.4.1. Інтертекстуальні алюзії

Інтертекстуальні літературні алюзії. Джерелом експресивності під час використання інтертекстуальних літературних алюзій, на нашу думку, може бути гама асоціацій з ідейним тлом і проблематикою прототвору. Відтак активізується план змісту фрагмента літературного твору з кондесованим у ньому ідейним тлом цілого твору і план змісту медійного

тексту. Цитата *Zmieniają się ustroje i rządy, a myśliwi wciąż mają układy z panem, wójtem i plebanem. Czy można naruszyć to imperium* [P 2013, nr 46, s. 28] відсилає до твору М. Рея „Коротка розмова між трьома особами. Паном, Війтом і Плебаном...”. Завдяки натяку саме на цей твір увиразнюється метафора конфлікту між представниками різних соціальних станів, що є проблемою не тільки сучасного польського народу, але сягає корінням історичних часів, що й описує польський письменник у творі.

Проведений аналіз показав часте звернення до творчості польського письменника епохи ренесансу М. Рея. Наведемо ще один приклад: *I Polacy swój (niebieski) laser mają* [P-d 2002, nr 6, s. 57]. Здійснено перефразування цитати „I Polacy nie gęsi, swój język mają” зі збірника творів „Звіринець”. Саме ця цитата виражає ідею самотності поляків як народу, що має власну рідну мову. Натомість автор статті описує винайдення дослідниками Польської академії наук синього лазера, при цьому імплікуючи такий зміст: *поляки є самодостатнім народом, у певному аспекті кращим за інші країни, оскільки польські науковці винайшли синій лазер і можуть створити конкуренцію на світовому ринку*. Заголовок з інтертекстуальною алюзією створює бурлескний ефект – навмисна невідповідність між темою й мовними засобами, що її сповіщають.

Трансформовані назви літературних творів використовуються як заголовки статей. У такий спосіб назви творів функціонують у ролі текстотвірного елемента. Варто зазначити й те, що заголовки в медійних текстах є різновидом ВН, тому спостерігається явище „назви в назві” або „тексту в тексті”, якщо трактувати заголовок як окремий текст, оскільки він є „замкнутою і завершеною змістовною єдністю” [167, с. 222].

Опрацювання зібраного фактичного матеріалу показало, що заголовки медійних текстів створюються завдяки оновленню плану змісту, але зі збереженням плану форми, тобто змінюються деякі компоненти. Ці нові компоненти впроваджують нову інформацію. Розглянемо конкретні

приклади: *Odprawa posłów **strasburskich*** [P-d 2003, nr 38, s. 75] – інформація про перші вибори польських представників у Європейському парламенті. Ад'єктив *strasburski* мотивується назвою м. Страсбург як офіційною резиденцією Парламенту, пор. „*Odprawa posłów **greckich***” (J. Kochanowski); *Rozmowa mistrza **Allena** ze śmiercią* [GW 2001, nr 19, s. 13] – пор. „*Rozmowa Mistrza **Polikarpa** ze śmiercią*” (невідомого автора). Продуктивною синтаксичною моделлю є заголовок твору А. Міцкевича „Пан Тадуш” (пол. „*Pan Tadeusz, czyli ostatni zajazd na Litwie*”), інтерпретації якого зафіксовані в польських ЗМІ: *Ostatni zajazd na **Warszawie**: Kancelaria Prezydenta funkcjonuje tak, jakby obsługiwała hetmana wielkiego koronnego, a nie głowę demokratycznego państwa* [wS 2013, nr 37 (41), s. 30 – 31]; *Rządu zajazd na **media*** [DRz www.dorzeczy.pl 22.07.2014]. Вдаючись до алюзії, автор описує інформацію про вплив влади на ЗМІ.

Поряд із заголовком „Пана Тадеуша” А. Міцкевича часто використовується й перша строфа цього твору „*Litwo, ojczyzno moja!*” у низці прикладів: ***Polsko**, ojczyzno moja! Jakie książki czynią nas Polakami? Czy istnieje lista narodowych lektur uczących patriotyzmu?* [DRz 2014, nr 46, s. 14]; ***Lichwo**, ojczyzno moja* [wS 2014, nr 22(78), s. 9]; ***Bitwo**, ojczyzno moja* [P 2002, nr 1, s. 86]. Алюзії на інші твори автора знаходимо в низці прикладів: ***Euro** wszędzie – co to będzie?* [P 2002, nr 1, s. 6], пор. „*Ciemno wszędzie, głucho wszędzie, Co to będzie? Co to będzie?*” (II частина „Дзядів”). Атмосфера тривоги, нагнітання, що супроводжує слова у творі, перетворюється в комічний і навіть жартівливий ефект заголовка статті про те, що країни Євросоюзу впроваджують спільну валюту євро, натомість у Польщі залишається функціонувати польський злотий. Використання літературних прийомів для опису сучасної проблематики створює експресивність: ***Ta Polska Rzym się nazywa: Polska się romanizuje nie tylko z powodu pielgrzymki papieża. Chwilami możemy się czuć jak na Sycylii*** [W 2006, nr 21, s. 3] – „*Ale zemsta, choć leniwa, / Nagnała cię w nasze sieci; / **Ta karczma Rzym się***”

nazywa, / Kładę areszt na waszeci” („Pani Twardowska”); *Palmy! Nikt nie woła!* [W 2007, nr 20, s. 122] – „W takiej ciszy – tak ucho natężam ciekawie / że słyszałbym głos z Litwy. / Jedźmy, **nikt nie woła**” („Stepy akermanskie”); *Oda do mądrości* [wS 2014, nr 50(106) s. 53] (стаття про книжку Б. Урбановського „Юзеф Пілсудський – мрійник і стратег”) – вірш-маніфест польського романтизму „Oda do młodości”.

Польська література – це багате джерело алюзивних утворень у пресі. За допомогою алюзій автор водночас демонструє власну літературну компетенцію й посилається на компетенцію читача. Наприклад: *Rozdziobią nas sieci dyskontów: Sklepiki, w których człowiek kupował „chleb, mydło i powidło”, bankrutując, a próbując się ratować od upadku, podnosząc ceny, odstraszają klientów* [wS 2015, nr 5(114), s. 88] активізується знання твору „Rozdziobią nas **kruki, wrony**” (S. Żeromski). У фрагменті „*Jeden Kaczor w polu wiał... Drugi kaczor w sadzie grał*” [P 2006, nr 20, s. 115] задіюється вірш „Jeden **wiatr** w polu wiał, / drugi **wiatr** – w sadzie grał” (J. Tuwim). При цьому лексема *kaczor* є натяком на внутрішню форму прізвища політиків Ярослава та Леха Качинських. Для організації заголовків статті про проблеми із залізницею використовуються рядки „Stoi na stacji lokomotywa, / Ciężka, ogromna i pot z niej spływa” з вірша „Lokomotywa” (J. Tuwim): *Stoi na stacji niemiecka lokomotywa* [W 2010, nr 19, s. 60]; *Stoi w polu Pendolino* [wS 2014, nr 10 (66), s. 108]; *Stoi w zaspie lokomotywa* [P-d 2002, nr 1, s. 10].

Алюзія на твір „Matka Joanna od aniołów” (J. Iwaszkiewicz) зафіксована в прикладах: *Pani Teresa od premiera* [P 2001, nr 14, s. 24]; *Matka Joanta od aniołków* [W 2011, nr 24, s. 22].

Комічним ефектом наділений заголовок *Jedźmy banany tak szybko odchodzą* [W 2008, nr 30, s. 52], що відсилає до вірша „Śpieszmy się kochać **ludzi** tak szybko odchodzą” (J. Twardowski).

Джерелом алюзій є не тільки польська література, а й твори зарубіжних письменників. У медіа-текстах назви творів зарубіжної літератури можуть

функціонувати як засоби створення жартівливого ефекту. Такого жартівливого забарвлення набуло перефразування назви казок арабської літератури „Baśnie tysiąca i jednej **nocy**”: *Baśnie tysiąca i jednej Unii* [wS 2014, nr 8, s. 26]. Саркастичне наповнення отримала назва епопеї французького письменника М. Пруста „У пошуках утраченого часу” (пол. „W poszukiwaniu straconego **czasu**”), яка як заголовок статті про корупційні операції, пов’язані з діяльністю суднобудівного заводу в м. Щецін, зазнала перефразування: *W poszukiwaniu straconych **milionów*** [P-d 2002, nr 9, s. 17].

Як засвідчив фактичний матеріал, часто використовується вислів з відомого монологу Гамлета В. Шекспіра „Бути чи не бути” (пол. „Być czy nie być”). Вислів функціонує в мовній свідомості як сфразеологізований мінітекст, тому може й не асоціюватися з твором В. Шекспіра. Самостійне функціонування внаслідок фразеологізації цитати зумовлює створення нових мовних структур за зразком моделі *робити щось чи не робити (так чи ні)?*: *Afganistan: wyjść czy nie wyjść?* [W 2010, nr 26, s. 60] – про вихід польських військ з Афганістану. *Bić się o Brukselę czy nie?* [W 2014, nr 6, s. 20] – про вагання Д. Туска щодо призначення його на посаду Голови Європейської Ради. *Piracić czy nie piracić – oto nie jest pytanie* [GW 2013, nr 22, s. 13] – інформація про плагіат. Отже, для наведених прикладів характерною є значення ‘вагання’, яке й запозичується з літературного тексту.

Цікавим є використання літературних інтертекстуальних алюзій з культурного досвіду тієї країни, про яку автор розповідає, при цьому алюзії виконують ідентифікаційну функцію. У таких прикладах відбувається метонімізація – представлення загального (країни або його представників) через конкретні ознаки (коди, що уособлюють країну). Так, стаття під заголовком *Cierpienie młodego Wintera* [DRz 2013, nr 22 (022), s. 18] розповідає про німецький серіал, який змальовує II світову війну. Головними героями виступають брати Вінтери, чим пояснюється зміна назви відомого твору „Страждання молодого Вертера” Й. В. Гете (пол. „Cierpienie młodego

Wertera”). Вибір художнього твору з літератури того народу, про який іде мова, з метою оформлення думки є продуманим, цілком закономірним і вмотивованим, актуалізує сфери асоціації об’єктів опису через відсилання до конкретних символів їхніх культур.

Інтертекстуальні музичні алюзії. Особливого увиразненого ефекту зазнає інформація, побудована за зразком музичного твору. У базі знань реципієнта під час прочитання активізується інформація не тільки вербального характеру, але й позавербального – мелодія, ритм. Наприклад: текстовий фрагмент *Piękna nasza Polska cała, od Bałtyku aż do Tatr. No, może nawet bardziej od Bałtyku, bo Tatry jakoś tak chwilowo bardziej wygaszone* [wS 2004, nr 27, s. 88] є стилізацією на пісню „Piękna nasza Polska cała, / Piękna, żyzna i wspaniała”. Інший фрагмент: *Na premiera z POpielnika narracyjka mruga: chodź, opowiem ci bajeczkę, bajka będzie długa. Była sobie raz Platforma, miała same hasła, a w tych hasłach puste słowa, cyt... Narracja zgasła?* [wS 2014, nr 9 (65), s. 48] відсилає реципієнта до дитячої колискової: *Z popielnika na Wojtusia / Iskiereczka mruga, / Chodź, opowiem ci bajeczkę, / Bajka będzie długa. / Była sobie Baba-Jaga, / Miała chatkę z masła, / A w tej chatce same dziwy, / pst, iskierka zgasła*. Побудова тексту за структурою віршованого твору задає певного ритму для прочитання й пом’якшує сприйняття критики якої-небудь ситуації чи явища.

Значною експресивною напругою наділений гімн Республіки Польща „Мазурек Домбровського”. Експресивність гімну зумовлена макроконтекстом як сукупністю суспільно-політичних чинників, що супроводжували написання тексту. Зауважмо, що текст сучасного польського гімну написав 1797 р. Ю. Вибіцький як пісню для польських легіонів, які воювали за незалежність Італії. Друга половина XVIII ст. стала періодом трьох розподілів Речі Посполитої та боротьби за визволення з-під влади інших держав. Внаслідок цього, пісня мала на меті пробудження та піднесення патріотичних настроїв серед польського народу, закликом до

боротьби за свою незалежність. У сучасних медіа-текстах слова з гімну зазнають різних видозмін, що й підсилює експресивну наснагу. Найчастіше на шпальти газет і журналів потрапляють перші слова „Jeszcze Polska nie zginęła / kiedy my żyjemy” та слова рефрену „Marsz, marsz Dąbrowski / Z ziemi włoskiej do Polski / Za twoim przewodem / Złączym się z narodem”, які найвиразніше імплікують патріотичний настрій та усвідомлення себе польським народом, що має бути об’єднаним. У такому випадку слова стають компресією ідеї всього твору й задіюється правило мовної економії. Відтак патріотична інтенсивність, закладена в плані змісту фрагмента гімну, є способом впливу на емоційну сферу читача, оскільки будь-яка інформація, що описується, сприймається через призму ідей гімну: ідеї єдності, відчайдушного усвідомлення національної належності, які яскраво позначені позитивною оцінкою. Натомість інформація про події, пов’язані з діяльністю країни в її межах або на світовій арені на сучасному етапі життя, часто маркована негативною оцінкою. Підтвердженням думки є заголовок: ***Kiedy my żyjemy?*** Розглянемо уривок зі статті, що вмотивовує створення відповідного заголовка: *Ekipa demontująca Polskę i zwłaszcza polskość nie działa w próżni, obok nas. To my sami jesteśmy operowanym organizmem. Bierność oznacza zgodę* [wS 2013, nr 42 (46), s. 88]. Імпліцитний зміст патріотизму закладений у субстантиві *polskość*. Вислів з гімну в питальній формі закликає читача до діалогу, і як зрозуміло з наведеного фрагмента, автор прагне спонукати кожного читача-поляка бути активним учасником життя своєї країни. Завдяки перефразуванню слів з гімну виражається гостра критика: ***Jeszcze Polska nie zginęła / I dotąd nie zginie / Aż ją sami utopicie / W zatrutej plwocinie!*** [P-d 2012, nr 19, s. 3]. Структурно-поетична стилізація (зокрема, важливим є римування) функціонує як канва для сарказму з пом’якшеним ефектом. Ще один заголовок статті про ситуацію у країні після зміни керівних сил у 2015 р. побудовано за принципом риторичного запитання: ***Jeszcze nie zginęła?*** Задаючи питання в заголовку, після довгих

розмірковувань і опису поточних подій, автор у кінці тексту самотійно дає відповідь на своє ж запитання: *Pora pomyśleć o przyszłości. Nowa partia? Latający uniwersytet? Niezależna telewizja? Fora dyskusyjne? Mamy wiele lat na zbudowanie dobrego pomysłu na Polskę. O ile ona jeszcze nie zginęła* [GW <http://wyborcza.pl> 27.01.2016]. Отже, посилання на гімн не є випадковим і доказує думку про мотивовану та свідому прагматичну основу інтертекстуальної алюзії в медійному тексті.

Алюзії на гімн виконують функцію актуалізаторів уваги як нестандартні „вкраплення” в тексті: *Dlaczego ten antymasonizm przywędrował „z ziemi włoskiej do Polski”?* [P-d 2012, nr 19, s. 41]. Синтаксична модель з *точки X до Польщі* стає основою для продукування газетних заголовків: ***Z CELI obcej po Polski*** [Prz 2006, nr 31, s. 18] – стаття про проблеми перевезення польських в’язнів до Польщі з інших країн. ***Z ziemi irackiej do Polski*** [P-d 2005, nr 5, s. 24] – інформація про іммігрантів з Іраку. Алюзивний заголовок виражає авторську позицію про описувану інформацію, є певним лакмусовим папірцем емоційної й інтелектуальної сфери автора.

Інтертекстуальні ідеологічні алюзії. Експресивним ефектом наділені ідеологічні гасла, оскільки є висловами, які первинно виконували функцію впливу на масову свідомість і були прийомом апелювання до емоційної сфери слухачів, закликами до боротьби, революції тощо. До таких гасел належить мотто, сформоване під час Французької революції 80 – 90-х рр. XVIII ст. „*Wolność, Równość, Braterstwo albo Śmierć*”. У газетному тексті це мотто зазнало зміни одного із компонентів, а саме: *Wolność, równość, demencja* [Rz 2005, nr 7, s. 2], та виконує роль заголовка статті про питання расової рівності. При цьому оцінне значення сконденсоване у впровадженому компоненті *demencja* ‘постійне зниження інтелектуальної діяльності, зумовлене змінами в центральній нервовій системі’ [246]. Активно перефразовується гасло з комуністичного маніфесту К. Маркса й Ф. Енгельса „Пролетарі всіх країн, єднайтеся” (пол. „Proletariusze wszystkich

krajów, łącznie się”). До зафіксованих в аналізованих текстах належать: *Demokraci Europy, obudźcie się!* [DRz 2013, nr 35, s. 4] – про Європейський Союз як загрозу для розвитку національностей країн-членів альянсу; *Kameleony, łącznie się!* [wS 2014, nr 13(39) s. 72] – про політиків, що часто змінюють політичні погляди й переконання.

2.4.2. Інтертмедіальні алюзії

Натяки на фільми сприяють виникненню візуальних картинок в уяві читача, епізодів з цих фільмів: *Ministra z tatuażem* (заголовок): *Do regionu całego kraju wchodzi właśnie najnowsza superprodukcja: „Ministra z tatuażem”. Będzie kłapa [...] To pierwsze na świecie połączenie thrillera, dramatu społecznego i komedii. W rolach głównych występują: Elżbieta Beńkowska i sam reżyser, agent 000 – Donal Tusk* [wS 2013, nr 49(53), s. 9]. Призначення Е. Беньковської на посаду віце-прем’єра ради міністрів Польщі порівнюється з детективним трилером „Дівчина з тату дракона” (пол. „Dziewczyna z tatuażem”). Актуалізовується інформація про татуювання, яке має новопризначена міністр. Напис підсилюється ілюстрацією з фільму, на якому замість акторів зображено згаданих політиків. При цьому комплексний медійний текст виступає як семіотичне складне утворення, ілюстрація та вербальний текст у сукупності функціонують як алюзивний знак [121, с.8]. Додатково в цитаті зі статті тогочасний прем’єр-міністр порівнюється з відомим агентом Джеймсом Бондом з циклу фільмів „Бондіани”, знаний також за прізвиськом агент 007. Порівняння політика Д. Туска з Джеймсом Бондом не є поодиноким, наприклад: *Kim będzie premier [...] Nazywam się Tusk. Donald Tusk. Mieszam. Wstrząsam. Nie wypijam* [P 2013, nr 43, s. 20]. Наведений фрагмент є перефразованим відомим висловом персонажа, який виражав його унікальність та оригінальність: *Jestem Bond. James Bond*.

Жартівливо охарактеризований колишній польський президент Л. Валенса завдяки зміні назви фільму про нього „*Wałęsa. Człowiek z*

nadziei”, режисером якого є А. Вайда: *Łech Wałęsa. Człowiek z komedii* (заголовок): *Po obejrzeniu „Wałęsy. Człowieka z nadziei” nasz noblista w tradycyjny już sposób rozbawił społeczeństwo, mówiąc, że w rzeczywistości nie był takim bufonem jak bohater filmu Wajdy. Pytanie nasuwa się samo: dlaczego wciąż nie doczekaliśmy się komedii o najzabawniejszym z polskich prezydentów?* [wS 2013, nr 35 (39), s. 36]. Перефразування назви фільму підкреслює почуття гумору президента.

Описуючи кримінальний фільм режисера К. Тарантіно „Вбити Білла” (англ. „Kill Bill”), автор створює заголовок: *Killnąć Billa!*: *W „Kill Bill” Quentin Tarantino z miłości do kina stworzył wirtuozerskie szyderstwo* [W 2004, nr 19, s. 109]. Утворення дієприслівника теперішнього часу (пол. *imiesłów przysłówkowy współczesny*) за допомогою суфікса *-ąć* від англ. *kill* ‘вбити’ створює ефект несподіванки й екзотичності.

Жартівливе забарвлення в наступному фрагменті тексту досягається відсиланням до вислову з радянського мультиплікаційного фільму „Ну, постривай!”: *Podobno Macierewicz zlecił już przetłumaczenie dokumentu na rosyjski. Leci to jakoś tak: „Nu, Donek, pogodi!”* [wS 2014, nr 8 (64), s. 7]. Видозмінена фраза вовка (пол. „Nu, **Zajac**, pogodi”) використана як засіб гумору. Ідея мультиплікаційного фільму, що полягає в постійних погонях Вовка за Зайцем і перемогах Зайця, проектується на інформацію в тексті. Використовується уособлення гонитви (суперечки) між політиками.

Серед алюзій зафіксовані натяки на рекламні гасла. Наприклад: *Małysz doda ci skrzydeł: Ile można zarobić na latającym Polaku?* [P-d 2001, nr 52, s. 29] – використано натяк на рекламу напою Ред Булл: „Red Bull doda ci skrzydeł”. Увиразнюється професія А. Малиша як стрибун з трампліна. Недаремно, у польській мові існує перифраза *Polski Orzeł* для найменування спортсмена. Крім цього, фірма Ред Булл є постійним спонсором спортсмена на змаганнях.

Отже, можемо узагальнити, що:

1) інтертекстуальна алюзія становить вираження авторського ставлення до позначуваної ситуації через сітку асоціативних відношень, які вона (алюзія) викликає;

2) алюзивний характер медійного тексту відіграє роль показника гумористичного, іронічного, комічного ефекту;

3) джерелом створення алюзій на шпальтах газет і журналів стають твори літератури, кінематографії, історичні гасла, пісенні тексти тощо.

ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ

Проведений аналіз текстів сучасних польських ЗМІ дозволяє зарахувати до категорії структурно-семантичних засобів експресивізації авторські okazionalni neologizmy, SS, VN та інтертекстуальні алюзії. Основними критеріями виокремлення групи структурно-семантичних мовних засобів експресивізації є такі: 1) виникнення okazionalnych мовних одиниць на основі наявних у мові моделей; 2) оновлення стереопиту: модифікація первинного вигляду мовних одиниць; 3) порушення мовної норми як наслідок протиставлення норми й експресивності.

1. Аналіз текстів ЗМІ щодо функціонування мовних засобів експресивізації дав підстави виокремити експресивний потенціал SS, у межах яких піддані аналізу власне фразеологізми, прислів'я та приказки завдяки відносній стабільності їхньої структури й експресивній внутрішній формі. Структурна стабільність SS власне сприймається в цьому аналізі як відносна, оскільки для забезпечення підсиленого, увиразненого вираження авторських оцінок та емоцій відбувається структурна трансформація SS. Серед прийомів трансформації виділено способи текстового використання лексем зі спільної лексико-тематичної групи конкретного компонента SS для обігрування семантики, заміни одного із компонентів SS тощо. SS є засобом інтенсифікації змісту. Здійснюється інтенсифікація завдяки поширювачам, контамінації двох SS тощо. Як свідчить проведений аналіз, автори ЗМІ вдаються до вживання фразеологічних новотворів, що створюються за певними структурно-семантичними та мотиваційними фразеологічними моделями.

2. Okazionalni neologizmy є результатом дії експресивної функції й виникають у процесі вираження авторського ставлення до денотата, чим пояснюється їхня оцінно-емотивна маркованість. У проаналізованих текстах польських ЗМІ виявлено okazionalni neologizmy, які є якісно новими утвореннями на основі ономазіологічних структур, що функціонують у

польській мові. Аналіз встановив активне продукування лексем за допомогою ономазіологічних баз, а саме: *-acja*, *-enie*, *-izm* / *-yzm*, *-ość*, *-yzna* / *-izna*, *-ica* / *-yca*, *-żerca*, *euro-*, *eko-*, *-holizm* / *-holicy*, *-kracja*, поодинокі новотвори-іменники з *-ciarnia*, *-bójstwo*, дієслова на *-ać*, похідні від ВН. Експресивізацію зумовлює використання лексем з розмовної сфери мовлення, що зафіксоване в текстах ЗМІ та відмічене багатьма мовознавцями-славістами. Окрему групу становлять оказіональні неологізми-словосполучення та графічні способи вираження.

3. Можливостями експресивного вираження текстів польських ЗМІ характеризуються ВН (найчастіше антропоніми, топоніми, ергоніми, акроніми), що зазнають структурно-семантичних трансформацій. Аналіз переконує, що первинно зазначені ВН не містили експресивного компонента, а виконували номінативно-репрезентативну функцію. Натомість набули експресивності у процесі їх видозміни. На прикладах функціонування ВН різних типів на сторінках польських газет і журналів чітко протиставляються такі властивості мови ЗМІ, як: нормативність та експресивність. Активним способом експресивізації є алюзивно-онімна контамінація, що базується на актуалізації асоціативно-порівняльних процесів і вимагає спільних фонових знань адресанта й адресата. Прізвиська як засоби вторинної номінації сприяють експресивному ефекту й інтенсифікації конкретної риси денотата.

4. Проведений аналіз зумовив виділення алюзій як окремої групи структурно-семантичних мовних засобів експресивізації. Роль алюзій виконують назви та цитати з творів польської і світової літератури (натяки на твори М. Рея, Я. Кохановського, А. Міцкевича, Я. Твардовського, М. Пруста тощо), музичні твори (натяки на гімн Республіки Польща, народні пісні), ідеологічні гасла. Відсилання до творів популярної культури (натяки на назви та цитати з кінофільмів, рекламних роликів) виокремлено в окремий тип інтермедіальних алюзій.

РОЗДІЛ 3. СЕМАНТИКО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСІВІЗАЦІЇ В ТЕКСТАХ СУЧАСНИХ ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ

Цей розділ присвячуємо аналізу семантико-стилістичних засобів експресивізації, до яких відносимо ті, експресивність яких виявляється на рівні семантичних показників і належить до імпліцитного типу. Експресивність виражається імпліцитно внаслідок семантичного контрасту, який виникає в результаті модифікаційних процесів на рівні лексичного значення. Імпліцитна експресивність мовної одиниці пов'язана зі співвідношенням денотативного та конотативного елементів лексичного значення. Денотативно-сигніфікативний план становить ядро лексичного значення мовної одиниці, конотація належить до розряду факультативних компонентів лексичного значення та є результатом діяльності людського чинника в семантиці мовної одиниці, показником психологічного, емоційного стану суб'єкта, виражає почуття, афективні стани, ставлення до адресата й об'єкта повідомлення [13, с. 25]. Активізація експресивного потенціалу семантичного рівня мовної одиниці в публіцистичному тексті залежить від контексту. У залежності від умов синтагматичного рівня, прагматичних інтенцій автора у значенні мовної одиниці інтенсифікується конотативний елемент, важливий під час сприйняття повідомлення. Тому модифікація семантичної структури мовної одиниці здійснюється внаслідок перерозподілу семантичного навантаження: 1) конотативні елементи, які займають периферійну зону лексичного значення мовної одиниці пересуваються в ядро значення; 2) денотативні елементи набуваються переносного значення.

Об'єкт дослідження в цьому розділі становлять ВН з інтенсифікованим у конкретному контексті конотативним значенням і тропеїчні утворення як способи образного опису повідомлення.

3.1. Семантико-експресивні власні назви

Під час аналізу механізмів виникнення імпліцитної експресивності ВН дотримуємося теорії семантичної природи ВН, представленій у працях таких вчених, як Є. Курилович [69], Є. С. Отін [90], Г. В. Зимовець [35] та ін. Згідно з семантичним статусом, ВН наділені денотативним, сигніфікативним і конотативним компонентами значення. Сигніфікативний компонент значення складається з інтенціоналу, що представлений складними смислами про денотат назви, сформованими в певній культурі, та екстенціональних елементів – інформації про географічне розташування, прив'язки до конкретної особи, епохи тощо [35, с. 252]. Конотативне значення ВН пов'язане зі здатністю виконувати роль вторинного метафоричного найменування з метою створення мовної експресивності [90, с. 111]. Внаслідок цього конотативне значення є вторинними емотивно-експресивними та змістовими нашаруваннями на нейтральне вживання ВН [90, с. 111].

Метою цього підроділу є аналіз вживання семантико-трансформованих ВН. Аналіз ономастичного тексту польських ЗМІ засвідчує використання КО, ВН як елементів компаративних конструкцій і плюративних форм ВН.

3.1.1. Конотативні оніми

КО імпліцитно виражають прагматичний та експресивний потенціал ВН за допомогою актуалізації її конотативного значення – „переходу відповідної інформації з периферії до центру семантичної структури мовного знака” [109, с. 89]. Використання КО як засобів експресивізації базується на модифікації плану змісту ономастичної одиниці, при цьому план форми залишається незмінним.

У текстах ЗМІ семантична експресивність КО полягає в порівнянні двох денотатів та інтенсифікації спільної ознаки, характеристичної риси у структурі лексичного значення як конотативної семи. Важливим у процесі

визначення конотеми (термін Є. С. Отін) є контекст, у якому вживається КО. Саме контекст сприяє семантизації соціокультурної й емотивно-експресивної інформації ВН і стимулює глибинні перетворення у значенні КО [109, с. 89]. Однак важливим для інтерпретації вживання ВН у тексті ЗМІ є й лінійний контекст у межах тексту, який засвідчує актуалізацію відповідної конотеми у значенні ВН, і вертикальний контекст як набір фонових знань, що містять інформацію про носія ВН.

З погляду мовця (автора) вживання ВН у ролі КО є прийомом т. зв. авторського „закодування” інформації. ВН стають кодами інформації увиразненого характеру, які наголошують на важливому аспекті позначуваного, викликають асоціації й актуалізують конкретну інформацію про позначуваний денотат. О. Ю. Карпенко, вдаючись до цікавих метафор, пояснює можливість ВН уміщувати всю інформацію про денотат. Учена зазначає, що ВН слугує „клавішею, натискуючи на яку, ми розкриваємо одне із незліченних сховищ пам'яті, щоб чимось його наповнити або навпаки, щось звідти взяти”, „вудкою, що витягає, інформаційну рибу для комунікації і цвяхом, на який вішають інформацію для збереження в пам'яті” [49, с. 38]. Власне можемо стверджувати, що КО, вжитий у конкретному контексті, є показником знань та асоціативної бази автора тексту та стимулятором до активізації відповідних реакцій реципієнта у випадку спільних фонових знань.

До групи КО входять випадки вживання ВН, що ґрунтуються на процесах метафоризації (оцінки за схожістю) та метонімізації (оцінки за суміжністю значень). КО вводяться в текст за певним синтаксичними закономірностями, моделями. У складі моделей КО функціонують як опорні маркери. СМ набуває експресивно-оцінних характерологічних властивостей, оскільки ґрунтується на порівнянні, зіставленні або протиставленні двох денотатів. Унаслідок цього формується відповідна шкала оцінок. Польський дослідник М. Рутковський виділяє структурні моделі з КО (хоча цей термін

учений не використовує) у межах профілів як результатів категоризації вживання ВН у переносному значенні за конкретним (основним) чинником. Наприклад, для антропонімів учений визначає профілі: *діяльність / активність, вигляд, вік, власність*, для топонімів – *топографічний профіль, профіль місця розташування, клімат, економіка, суспільство, політика, культура*. У межах відповідних профілів виступають приклади метафоричного вживання ВН як окремих підкатегорій, що репрезентують певні виміри сприйняття мовця й пізнання позамовної дійсності [197]. Беручи за основу ідею М. Рутковського, у межах визначеної групи робимо спробу опису фактичного матеріалу за такими синтаксичними моделями.

СМ Другий Х, (де Х – умовне позначення КО)

Уживання КО у складі наведеної СМ дозволяє акцентувати на певній ситуації з позамовного досвіду мовця й порівняти з нею позначуване явище. Репрезентована через онім інформація оцінюється як позитивна чи негативна за допомогою зіставлення з відомим фактом, яке позитивно або негативно марковане в позамовній практиці мовця на основі узагальнених висновків про денотат назви. За допомогою зазначеної моделі, згідно з М. Рутковським, виражається вторинність позначуваного об'єкта в опозиції *давніший : новіший* і *прототип : прототипний екземпляр* [197, с. 122]. Сформоване ставлення до відомого денотата переноситься в семантичну базу сприйняття нового денотата у вигляді позиціювання його на шкалі оцінок в опозиції *позитивне / негативне*. Наприклад: **Drugi Gierek** (заголовок): *Rządy Leszka i Marka Belki doprowadziły do tego, że Polska ma już około 403 mld zł długu. To kilkanaście razy więcej niż dług zagraniczny, który zostawił po sobie Gierek* [W 2005, nr 26, s. 46]. Денотат антропоніма *Ґерек* як прототип значення 'політик, що своєю діяльністю спричинив зростання державного боргу країни'. Заголовок *drugi Gierek* сигналізує про повторюваність ситуації зростання державного боргу.

Серед топонімів можна навести низку прикладів, що відповідають наведеній моделі: *Już nie będziemy **drugim Kuwejtem**?* (заголовок): *Czy nasze wielkie nadzieje związane z gazem łupkowym okażą się równie wielkim rozczarowaniem? [...] Duża część mediów przyjęła jako pewnik, że posiadamy zasoby nie tylko dostępne, ale i opłacalne w wydobywaniu, które zapewnią nam niezależność energetyczną na najbliższe 300 lat [...] W połączeniu z naszą skłonnością do wyolbrzymiania rzekomych sukcesów sprawiło to, że poculiśmy się już **łupkowym Kuwejtem*** [P-d 2012, nr 12, s. 8]. КО *Кувейт* позначається позитивною оцінкою й розуміється як ‘джерело сланцевого газу, країна-експортер, країна з розвиненою нафтовидобувною промисловістю’. *Bałycki Hongkong* (заголовок): *Mieszkańcy miasta nad Prełogą marzą o dostatnim Kaliningradzie, ale raczej jako euroregionie niż „bałyckim Hongkongu” – jak powiedział niedawno komisarz Unii Europejskiej Chris Patten [...] Matoczkina, jako gubernator, firmował utworzenie specjalnej kaliningradzkiej strefy ekonomicznej. Jego zdaniem, obwód powinien się stawiać nie tyle **drugim Hongkongiem**, ile **Lichtensteinem czy Luksemburgiem** [...] Prezydent Rosji powiedział niedawno, że Moskwa nie potrzebuje tworzyć żadnych **Hongkongów** i programów pilotażowych* [W 2001, nr 9, s. 92]. КО *Гонконг* репрезентується як ‘фінансовий центр’, тому калінінградська область набуває значення ‘балтійський фінансовий центр’. ВН *Ліхтенштейн* і *Люксембург* теж набувають конотативного значення ‘економічний розвиток, добробут і достаток’. Наведені назви (*Гонконг*, *Ліхтенштейн*, *Люксембург*) об’єднуються семами ‘високий рівень економічного розвитку’. ВН, вжита у плюративній формі (*Hongkongów*) є способом увиразнення й узагальнення конотативного значення. Схожим є й інший приклад: *Druga Argentyna?* (заголовок): *O ile sytuacja zewnętrzna Rzeczpospolitej jest dobra, a wszystko wskazuje na to, że będzie lepsza, o tyle sytuacja wewnętrzna poważnie mnie niepokoi. Myślę tu o niezbyt stabilnej gospodarce i związanych z nią napięciach społecznych [...] widzę niestety pewne analogie między tym, co może nastąpić w Polsce i tym, co niedawno wydarzyło się*

у *Argentynie* [W 2002, nr 8, s. 53]. У наведений цитаті актуалізується база знань про події, що відбувалися в Аргентині на початку 2000-х рр., а саме: економічна криза та викликані нею суспільні заворушення. Модель *druga Argentyna* проектує значення 'ймовірно повторення економічної кризи'.

Конотативні вживання онімів можуть закріплюватися у свідомості носія мови як стереотип. Ілюстрацією слугує КО *Швейцарія* як стереотип добробуту та правопорядку, наприклад, у наведеному контексті: [...] *ostatnio poseł partii rządzącej Stanisław Żmijan zaproponował, by karać mandatami nawet tych kierowców, którzy minimalnie przekroczą ustaloną prędkość. Czyli wystarczy jechać 52,5 km/h, by podpaść policji. Zupełnie tak, jak w Szwajcarii. Super. Jednak czy nie moglibyśmy zacząć drugiej Szwajcarii od czegoś innego?* [wS 2014, nr 7 (63), s. 6]. Насамперед інтенсифікується сема 'покарання за порушення встановлених правил', а законослухняність виступає як ідентифікаційна ознака країни. У фрагменті *zacząć drugiej Szwajcarii od czegoś innego* імплікується значення 'позитивні зміни, зміна ладу у країні до рівня Швейцарії' та 'бажання, щоб було так, як у Швейцарії', тобто країна як показник позитивної оцінки. У фрагменті з іншої статті ядро значення КО *Швейцарія* формує сема 'високий економічний розвиток': *Singapur drugą Szwajcarią?* (підзаголовок): *Szefowie europejskich banków ocenili na początku czerwca w ankiecie, że w tym roku Singapur prześcignie Luksemburg i stanie się drugim co do wielkości centrum bankowym offshor (czyli „rajem podatkowym”)* [W 2005, nr 29, s. 45]. Отже, як видно із цих цитат, у кожному конкретному випадку може бути репрезентована відмінна ознака країни, яка увиразнюється контекстом. Відбувається формування сукупності значеннєвих характеристик, що й формують загальний стереотип країни в мовній спільноті. В. Хлебда пише про польську ментальну репрезентацію ВН *Швейцарія*, яка формується на основі декількох основних ознак. До цих ознак належать: 1) багатство, добробут, законність; 2) сумлінність, точність, надійність; 3) ізольованість, замкнутість, нейтральність, безпека; 4) пейзажні

характеристики: наявність високих гір і озер, мальовничі краєвиди, розкішний відпочинок [150, с. 14]. М. Рутковський фіксує значення *Швейцарія* – ‘країна багатих людей’ [197, с. 151] У лексикографічному джерелі „Словник конотативних власних імен” Є. С. Отіна КО *Швейцарія* подається зі значенням ‘мальовнича гірська місцевість, улюблене місце відпочинку європейців’ [230, с. 390].

Варто зауважити, що ВН, денотати яких чітко й виразно репрезентують одну атрибутивну ознаку, характеризуються більшим ступенем виразності, натомість ВН, денотати яких репрезентують різні характеристики позначуваного об’єкта сприймаються менш увиразнено й потребують контексту для конкретизації прагматично підкресленого значення [197, с. 75]. Для підтвердження розмірковувань наведемо ілюстрацію okazionalnego вживання КО. Після прочитання заголовка ***Drugi Senegal?*** у реципієнта активізується база знань, пов’язаних з цією країною, що може стосуватися як політичного, економічного, так і культурного життя країни. Натомість саме контекст конкретизує диференційну ознаку, що стала основою для увиразнення оніма: *Kto ma poprowadzić piłkarską reprezentację Polski w eliminacjach do mistrzostw Europy? [...] Dlaczego jednak nie pomyśleć o szkoleniowcach z zagranicy? Czy jesteśmy krajem biedniejszym niż Senegal? Afrykańskich działaczy stać było przecież na zatrudnienie Bruno Metsu, francuskiego szkoleniowca, który poprowadził Senegalczyków do mundialowych sukcesów* [W 2002, nr 24, s. 72]. Як бачимо, успішна участь футбольної команди Сенегалу в чемпіонаті світу 2002 р. набула ролі характеристичної ознаки країни, а прагнення виділення значення ‘дії задля успішного результату’ зумовило okazionalne вживання топоніма *Сенегал*. Використання тієї чи тієї ВН як показника характеристичної ознаки залежить від суб’єктивних уподобань і рівня компетентності адресанта, на основі чого формується шкала індивідуальних емотивних оцінок (‘подобається – не подобається, для мене це важливо – не дуже важливо – зовсім не важливо’

[49, с. 66]), що має викликати емоційну оцінку й у реципієнта. Ілюстрацією формування оказіонального конотативного значення є й такий приклад: **Druga Irlandia** (заголовок): *Irląńczycy odrzucają w referendum wynegocjowany w bólach traktat w Nicei. Wejście Polski do Europy staje pod wielkim znakiem zapytania. [...] Wyobraźmy sobie Europę za lat dziesięć (wersja optymistyczna). Polska już jest członkiem Unii, otrzymuje wsparcie z funduszu rozwoju dla krajów najbiedniejszych, poziom życia osiąga u nas stan, jaki obecnie prezentuje Irlandia. Nadchodzi jednak termin przyjęcia do Unii kolejnych członków: Litwy, Ukrainy, czy nie daj Boże, Białorusi. Jaki będzie wynik referendum w tej sprawie? [...] Lepiej więc od razu ustalić, że decyzje o dalszym rozszerzaniu Unii będą zapadały u nas w parlamencie, a nie w drodze referendum [...] A na razie uszy po sobie, nie obrażać się na Irlandię i za wszelką cenę pchać się do Europy* [W 2001, nr 25, s. 60]. Наведений фрагмент статті демонструє порівняння Ірландії з Польщею відбувається на основі позиції щодо перспективи розширення меж Європейського Союзу і прийняття нових членів до об'єднання. Мотиваційним чинником зіставлення двох країн (Ірландії та Польщі) є негативний результат голосування парламенту Ірландії щодо вступу Польщі до Євросоюзу. Оказіональні семантичні перетворення ВН ґрунтуються на одиничних характеристиках денотата, які є важливими для адресанта у відповідній актуальній ситуації.

СМ Новий X

Якщо попередня модель ґрунтується на порядковому розрізненні денотатів в опозиції *перший – другий* (*первинний – вторинний*), то зазначена модель реалізує якісні показники в опозиції *старий – новий*. Наприклад: *Czy wicepremier Jerzy Hausner jest **nowym Samem**, a premier Belka stanie się **nowym Frodem**, którzy wspólnie z innymi członkami Drużyny Pierścienia zniszczą pierścień władzy?* [Prz 2005, nr 8, s. 13]. КО в цьому фрагменті насамперед виконують алюзивну функцію – відсилання до образу персонажів екранізованого роману „Володар перснів” Дж. Р. Р. Толкіна. Згідно з

сюжетом твору Фродо є хранителем персня всевладдя, який становить загрозу для жителів Середземномор'я, Сем є одним з Братства персня, які разом із Фродо вирушають у подорож до місця, де цей перстень повинні знищити. Перстень уособлює владу над світом, репрезентованим у творі, є символом зла. Алюзивний фрагмент упроваджує метафору *перстень влади*. Влада таким способом постає як зло, яке потрібно подолати. Новий Сем – Є. Гауснер, новий Фродо – М. Белька, хранителі персня – тогочасний політичний склад польського Сейму – всі ці уособлення наділяють політиків позитивним значенням і характеризують як представників, на яких покладено надію на зміни негативних аспектів політичного управління країною.

Модель виконує роль перифрастичного найменування. Наприклад: *Nowy van Rompuy* – мова йде про нового кандидата на посаду голови Європейської ради – польського політика Д. Туска. Прізвище *ван Ромпей* конотує значення – ‘новий голова Європейської ради’. В українських ЗМІ також функціонують приклади такої моделі: *Якщо замість Шокіна прийде „новий Шокін”, ГПУ не зміниться* – Сакварелідзе [Радіо Свобода, <http://www.radiosvoboda.org> 10.04.2016].

СМ ад’єктив зі значенням національної належності + X

У ролі ад’єктива в запропонованій СМ найчастіше виступають прикметники зі значенням національної належності. При цьому створюється дисонанс під час прочитання і сприйняття текстового матеріалу, що ґрунтується на розбіжності між відомою інформацією про денотат назви й представленою інформацією у СМ. Найчастіше така розбіжність полягає в несуміжності між прототипною національною належністю денотата та національною віднесеністю в медіа-тексті з метою переносного вживання. Наприклад: Й. Шкворецький – чеський і канадський письменник: *Kiedy się wreszcie narodzi **polski Škvorecký** [...] Škvorecký stał się wtedy znanym pisarzem, odślaniającym prawdę o swoim pokoleniu [...] Na przykład jego „Lwiątko” (wydane u nas w roku 1992) z humorem przedstawia stosunki panujące w czeskim*

środowisku literackim lat 60. Jak że i nam przydałby się polski Škvorecký [W 2001, nr 10, s. 105]. Імплікується значення ‘письменник, що викриває правду’. Звідси Й. Шкворецький – це чеський письменник, що описував правду про лад у Чехії, натомість польський Шкворецький – той письменник, що описуватиме правду про Польщу. Принцип формування зазначеної моделі ґрунтується на механізмі, зображеному на рисунку 3.1.:

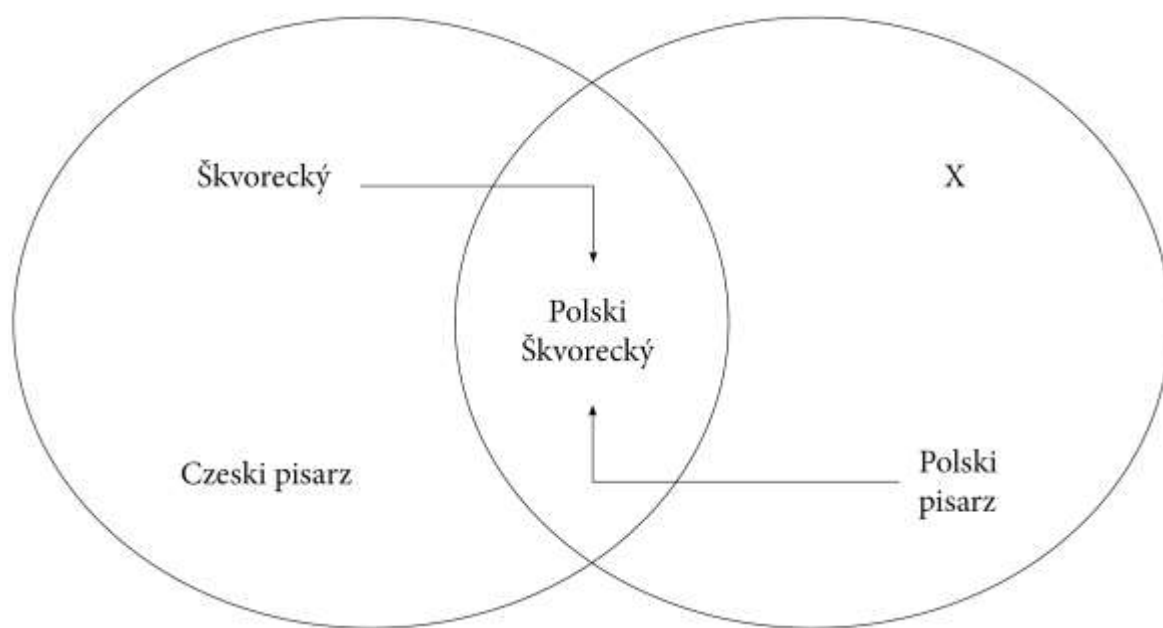


Рисунок 3.1. Механізм утворення СМ ад’єктив зі значенням національної належності + X

За аналогією функціонують приклади:

Polska Madonna (заголовок): *Kayah po ośmiu latach wraca do rozgłośni radiowych na szczycie list przebojów* [W 2011, nr 24, s. 90]. Польська Мадонна – це Кая – співачка, що відзначається популярністю в Польщі схоже, як всесвітньовідома американська співачка Мадонна.

Polski Al Capone [W 2006, nr 19, s. 40]: Польський Аль Капоне – це особа, яка порівнюється кримінальною діяльністю з американським мафіозо Аль Капоне.

Polski Harry (заголовок): *Wielu z nas oczekuje, że policjanci będą silni, sprawni i bezwzględni wobec bandytów* **niczym Brudny Harry**

[W 2001, nr 22, s. 8]. Брудний Гаррі – прізвисько персонажа Гаррі Каллагана з американського однойменного фільму про поліцейського, який успішно карає злочинців за їхні дії. *Польський Гаррі* в контексті медійного тексту – це ‘успішний, вправний польський поліцейський’.

Tajemnice chorwackiego bin Ladena [P-d 2005, nr 16, s. 60]; *Nie dowiemy się zatem, ilu potrzeba tajniaków ABW, aby ze zwykłego naukowca zrobić polskiego bin Ladena* [P-d 2014, nr 17 / 18 (73/74), s. 111]. Осама бен Ладен – ісламський терорист, тому *хорватський бен Ладен, польський бен Ладен* – ‘особи, що звинувачені у здійсненні воєнних злочинів’.

Ukraińska Joanna d’Arc [N <http://www.newsweek.pl/polska> 20.07.2016]. Жанна д’Арк – французька героїня, яка очолила боротьбу проти Англії під час Столітньої війни (1337 – 1453 pp.). *Українською Жанною д’Арк* йменується Н. Савченко, що стала для українців символом сильного духу та свободи 2014 – 2016 pp. Актуалізується сема ‘героїня’. Порівняння з Жанною д’Арк українських жінок-політиків, ув’язнених з політичних причин, не є поодиноким випадком. Наприклад: *Nadeżda Sawczenko – Joanna d’Arc z Kijowa* [N <http://www.newsweek.pl/> 30.07.2014], *Nadija Sawczenko – Ukraińska Joanna d’Arc. Bohaterka czy zwykła kobieta* [Kobbieciarnia <http://kobbieciarnia.pl/> 21.07.2016]; *Oszustka czy Ukraińska Joanna d’Arc: W czasie procesu wszystkie niemieckie gazety były przekonane, że ta „ukraińska Joanna d’Arc” ze złotym warkoczem została skazana całkowicie niesprawiedliwie i siedzi w więzieniu wyłącznie z powodów politycznych – powiedział Schumann dziennikarzom w Berlinie* [TVN info <http://www.tvp.info/> 12.10.2012].

Інші види ВН також використовуються для побудови вказаної СМ. Наприклад:

Krakowski Trafalgar (підзаголовок): *Polska stała się w Europie Środkowej atrakcyjna głównie dzięki szerokiej ofercie turystycznej* [W 2006, nr 17, s.64]. Розташована в Лондоні Трафальгарська площа є однією з туристичних пам’яток міста, тому Краків асоціюється як ‘туристичний центр Польщі’.

Argentyński Tytanik (заголовок): *Na ulicach Buenos Aires panuje już spokój, ale państwo jest bankrutem* [W 2002, nr 25, s. 32]. Титанік – корабель, що зазнав катастрофи, тому фінансове становище Аргентини оцінюється як негативне, підкреслюється сема ‘катастрофа’. Ця модель є активною і в українських ЗМІ, наприклад: *Горішні Плавні – це Українська Венеція*, де увиразнюється значення ‘населений пункт з великою кількістю водойм’, *Дмитро Комаров розповів про Українські Мальдіви: Джарилгач можна сміливо назвати українськими Мальдівами. Правда Мальдівами для тих, хто не боїться жити без благ цивілізації, не в 5-зірковому готелі, – розповів Дмитро Комаров* [ТСН <http://tsn.ua/ukrayina/dmitro-komarov-rozpoviv-pro-ukrayinski-maldivi> 25.07.2016]. **Українська Атлантида** – *Бакота* (заголовок): *Бакота – затоплене село Кам'янець-Подільського району Хмельницької області [...] На жаль, тепер це все залишиться загадкою, що і робить це місце ще більш таємничішим і прекрасним* [https://vk.com/n_mandrivnyka 29.07.2016].

СМ X (антропонім) з Y (топонім)

До цієї групи зараховується вживання антропонімів – найменування відомої постаті з вказівкою на місце походження, але відмінне від позамовної діяльності, тобто порушується логічний зв'язок між вказаною інформацією та фоновими знаннями. Так, у прикладі **Pavarotti ze Śląska** є два блоки інформації: перший – це інформація про видатного італійського оперного співака Л. Паваротті, другий – про особу, яка прямо не найменована, однак відомо, що вона походить зі Шльонська (південно-західного регіону Польщі). Ширший контекст дає зрозуміти, що мова йде про П. Бечалу – польського оперного співака: *Beczala urodzony w Czechowicach-Dziedzicach polski tenor, jest dziś określany jako „jeden z najbardziej poruszających głosów naszych czasów” i „młody Pavarotti”* [DRz 2013, nr 20, s. 57]. Прізвище італійського співака *Паваротті* в такий спосіб стає показником позитивної оцінки, тому значення СМ може бути експліковане таким чином: ‘П. Бечала зі Шльонська

є талановитим оперним співаком, як Л. Паваротті'. Принцип утворення цієї СМ є дещо схожим із механізмом утворення попередньої СМ, тому можемо зобразити за допомогою рисунку 3.2.:

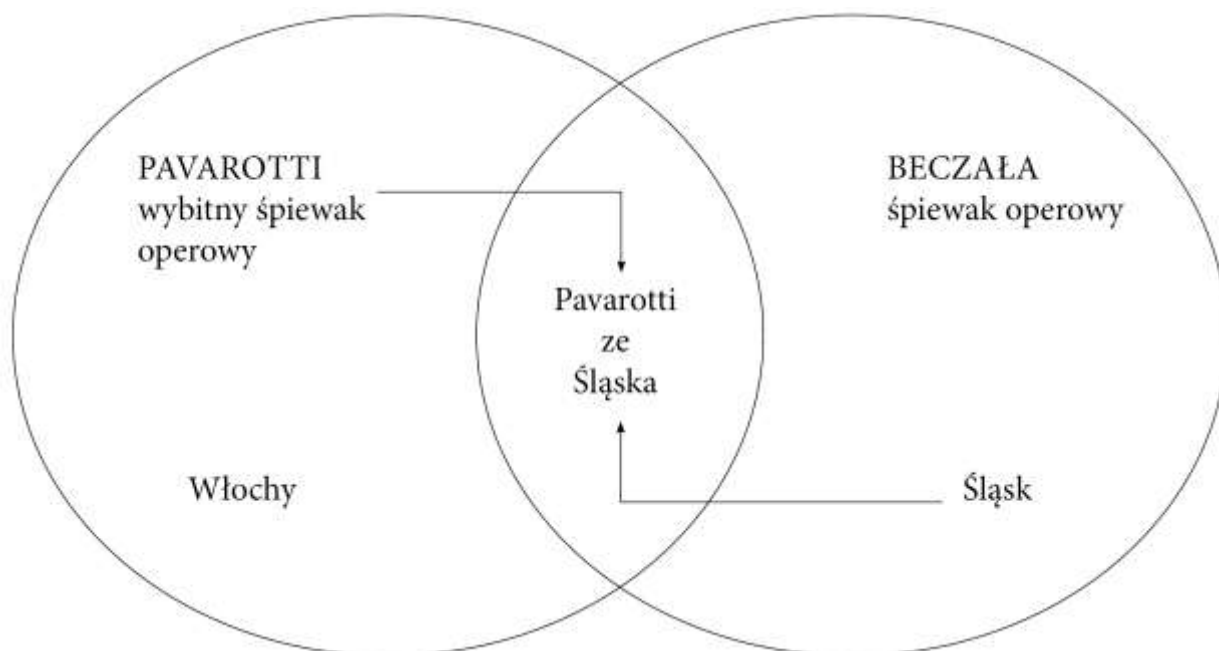


Рисунок 3.2. Механізм формування СМ Х (антропонім) з Y (топонім)

Приклади, утворені на зразок наведеної СМ, функціонують як перифрази: **Dostojewski z Afryki** [W <https://www.wprost.pl/50462/Dostojewski-z-Afryki> 12.10.2003]. У цьому прикладі прізвище *Достоевський* сигналізує про літературну сферу діяльності, оскільки Ф. М. Достоевський – відомий російський письменник. Під перифразом *Dostojewski z Afryki* потрібно розшифрувати інформацію про Дж. М. Куртезее – південно-африканського письменника, який став лауреатом Нобелівської премії (2003 р.), письменницький талант якого прирівнюється до таланту Ф. М. Достоевського.

СМ Х в Y (X над Y)

Приклади вживання КО у складі цієї моделі передбачають його (КО) метонімізацію. Метонімія як процес специфічного профілювання дійсності відображає роль денотата ВН у системі пізнання дійсності мовця й

увиразнення окремих важливих аспектів цього пізнання. Структурою метонімії топонімів у медіа-текстах є метонімічні моделі. Наприклад:

Модель місто замість галузі промисловості. Наприклад: **Szangchaj nad Bałtykiem** (заголовок): *Polacy przenoszą produkcję do Chin, Chińczycy – do Polski [...] Inwestycje w Polsce planują też tak wielkie chińskie przedsiębiorstwa, jak producent sprzętu AGD Haier, stalowy koncern Baosteel lub Zhongxing Telecommunication Equipment (ZTE). Czy to początek chińskiej inwazji?* [W 2005, nr 24, s. 94]. Значення ‘будівництво представництв китайських фірм у Польщі’ та ‘розвиток ринку збуту китайської продукції’ позначається топонімом *Шанхай*. У російській мові мотивація формування конотативних значень топоніма *Шанхай* була різною, а саме: „неблагоустрій бідних робочих окраїн, їхнє перенаселення і скупчення жилих споруд; прямий зв’язок з тим, що першими жителями цих місць були китайці, які приїхали на заробітки в Росію; певна особливість способу життя населення, що викликає зв’язок з Китаєм” [230, с. 389]. Формування різних конотативних значень ВН у мовах свідчить про залежність від національних особливостей сприйняття й пізнання денотата ВН, тобто розвиток конотативних значень ВН є динамічним процесом і детермінованим змінами позамовного функціонування денотата назви. Назва *Польща* перифразується як *територія над Балтійським морем*.

Схожий приклад **Moskwa nad Tamizą** у функції заголовка увиразнює інформацію про російські інвестиції в Лондоні: *100 mln funtów zainwestowali ostatniego roku w Londynie Rosjanie* [W 2004, nr 38, s. 48]. Лондон іменується вторинною назвою *місто над Темзою*. Модель *країна за галузь промисловості* представлена й таким прикладом: **Irlandia nad Wisłą** (заголовок) – КО *Ірландія* зі значенням ‘країна з розвиненими технологіями комп’ютерного програмування’: *Kilkanaście centrum nowych technologii działa w Polsce. Irlandia do niedawna była zaściankiem Europy, dziś jest największym eksportem oprogramowania na świecie. Jeśli chcemy zainteresować gigantów IT*

swoim rynkiem musimy nadrabiać w innych dziedzinach, takich jak przyjazna administracja czy dogodna infrastruktura [W 2002, nr 24, s. 58]. Польща йменується як *країна над Віслою*. Непрямі назви через перифразування топонімів сприяють образному сприйняттю інформації, додають заголовку експресивності на тлі інформаційного тексту.

Модель місто замість події: **Berlin w Nikozji** (заголовок): *To jest drugi Berlin – entuzjazmował się Andreas Piouros, przekraczając granicę między grecką a turecką częścią Cypru. – To, co się dzieje u nas jest jak runięcie berlińskiego muru* [W 2003, nr 23, s. 87]. За допомогою ойконіма *Берлін* позначено падіння Берлінського муру, що відіграє функцію символу єднання.

Модель місто замість організації: **Bruksela w Bratysławie** (заголовок): *Grupa Wyszegradzka będzie dla nas przez bliższe lata ważniejsza niż Unia Europejska* [W 2005, nr 24, s. 94]. Брюссель – Європейський Союз, Братислава – місце дипломатичних зустрічей представників країн-учасників Вишеградської четвірки.

Модель країна замість економічного стану: **Ameryka w Polsce?** (заголовок): *Trudno nie zadać pytania, czy amerykański czarny scenariusz powtórzy się w Polsce, w której w latach 2006 – 2007 również wystąpił boom kredytowo-mieszkaniowy.* [W 2008, nr 32, s. 56]. Прототипною ситуацією, важливою для розуміння конотативного перенесення, є фінансова криза в США 2008 р. зумовлена банкрутством американських фінансових фірм, що позначилася на економічному стані й інших країн, зокрема європейських. Оказіональною конотативною семою топоніма *Америка* тут виступає сема 'економічна криза'.

Модель місто замість стану: **Kalkuta w Neapolu** (заголовок): *Prezydent Włoch sam pochodzący z Neapolu, wie czego boją się neapolitańczycy. Od 13 lat śmiecie i ogień tworzą w Neapolu bardziej wybuchową mieszankę niż mafia [...] Starą włoską metropolię coraz częściej porównuje się do Kalkutty* [W 2007, nr 23, s. 90]. Конотативною семою ойконіма *Калькутта* в цій цитаті є сема

‘засміченість території’. Метонімічні та метафоричні КО в заголовках інформаційних текстів ЗМІ ефективно реалізують функцію експресивності в опозиції до властивої інформативної функції.

СМ X чогось

КО названої групи належать до метонімічних вживань, що репрезентують денотат за його рисою, наприклад:

Giordano Bruno III RP (заголовок): *Wybitny historyk o niekwestionowanym dorobku został poddany ostracyzmowi, pozbawiony dobrego imienia i usunięty z pracy* [DRz 2013, nr 20, s. 64]. Дж. Бруно – філософ, страчений за свої філософські ідеї, з ним порівнюється польський історик, дослідження якого зазнали критики.

Серед топонімів зафіксовані приклади: **Neapol Bliskiego Wschodu** (заголовок): *Zobaczyłem Hajfę wieczorem. Był to widok czarującego miasta, które przypominało Neapol* [W 2005, nr 37, s. 72]. Хайфа – місто, розташоване в Ізраїлі, порівнюється за критерієм мальовничості з італійським містом Неаполь.

Polska Chinami Europy? [W 2005, nr 25, s. 48]. Китайська продукція є найдешевшою. За цим показником польська продукція на європейському ринку уподібнюється до китайської, тобто оцінюється як найдешевша. Запитальні форми заголовків підкреслюють ймовірність ситуації, не констатуючи доведеного факту, дають підстави для розмірковування адресатам.

СМ X, тобто Y

До цієї групи належать приклади такого типу **Hiszpania, czyli mała Ameryka Europy** (підзаголовок): *W latach 1997 – 2000 wzrost gospodarczy Hiszpanii wynosił ponad 4 proc. rocznie, a więc tyle, ile w Stanach Zjednoczonych i dwa razy więcej niż w Unii Europejskiej. Dlatego nie potwierdzam, ale też i nie zaprzeczam, jeśli Hiszpanię nazywa się małą Ameryką Europy*

[W 2003, nr 23, s. 97]. Як зрозуміло з контексту *Ispania* позиціонується *Америккою Європи* через схожі показники економічного зростання.

Holandia, czyli dziesięć Rosji [W 2002, nr 8, s. 42] – в основі моделі покладено вказівку на економічний розвиток Голландії, який перевищує в десять разів суму показників фінансового приросту Росії.

Аналіз функціонування КО в польських газетах і журналах суспільно-політичної тематичної спрямованості дозволяє зробити висновок, що механізм експресивізації ВН полягає у виділенні експресивної конотативної семи, яка може бути маркована узагальненими соціальними, політичними, символічними ознаками ВН.

3.1.2. Плюративні форми власних назв

Плюративні форми ВН виділяємо в окрему групу прийомів створення експресивності в текстах ЗМІ. Такі форми утворюються за допомогою транспозиції граматичного значення множини [29, с. 101]. Плюративні форми ВН позначають „групу денотатів, об’єднаних за певною узагальненою ознакою на основі суб’єктивно-об’єктивного авторського бачення” [29, с. 104]. Використання плюративних форм ВН є результатом мовної економії, тобто оптимально змістовно передати інформацію з використанням мінімальної кількості мовних засобів. Вживання антропонімів у множині зумовлює перенесення індивідуальних якостей і характеристик на більшу кількість осіб, створення узагальненого імпліцитно виразного образу. В основі узагальненого образу покладені прецедентні ВН, тобто імена та прізвища відомих осіб, літературних персонажів, географічних об’єктів, особливості яких починають уніфікуватися, що фіксується в мові відповідними стилістичними засобами [27, с. 90]. Наприклад: *Za mało Majewskich*. Т. Маєвський – польський спортсмен, уособлює образ переможця, людини, яка досягає успіхів у своїй професії та характеризується позитивними рисами, тому прізвище *Маєвський* для поляків є прецедентним

іменем. Такі характеристики представлені в контексті: *Na szczęście my też mamy kogoś z klasą. Tomasz Majewski. Wybitny sportowiec i skromny, sympatyczny człowiek. Podwójny złoty medalista w jednej z najbardziej widowiskowych dyscyplin pokazał, że umie połączyć bardzo dobrze przygotowanie z chłodną analizą i odpornością psychiczną. [...] Każdy sportowiec chce być teraz jak Majewski* [P-d 2012, nr 33, s. 3]. Узагальнений образ формується завдяки сукупності асоціацій, сформованих у мовній спільноті внаслідок діяльності денотата назви. У заголовку *Za mało Majewskich* плюративна форма прізвища впроваджує значення ‘за мало хороших визначних спортсменів’.

Narody nie odnoszące sukcesów potrzebują Małyszów jak powietrza [W 2002, nr 6, s. 62]. А. Малиш – польський спортсмен, який часто здобуває перемоги, що є здобутком і для його країни. Діяльність спортсмена позитивно оцінюється, тому плюративна форма ВН характеризується позитивним асоціативним значенням.

Серед плюративних форм ВН функціонують форми, утворені від імен і реальних, і фіктивних денотатів (персонажів творів, фільмів тощо). Розгадування контекстуального значення введеної в текст ВН у формі множини вимагає від інтерпретатора різного типу фонових знань. Відтак мотивація творення відонімної плюративної форми, денотат якої функціонує в актуальній для читача роки, є зрозумілим на синхронному зрізі. Натомість розуміння символічного значення плюративних форм, утворених від фіктонімів, потребують звернення до енциклопедичних знань. Наприклад: *Judymowie są wśród nas* [P-d 2001, nr 42, s. 45]. Томаш Юдим – головний герой роману С. Жеромського „Люди бездомні” – емоційно вразлива особа, яка бунтує проти зла й соціальної нерівності. Актуалізується сема ‘бунтівник’, ‘борець за справедливість’.

Kmicie Moskwy w odwrocie. Zaskakująca wolta. Olbrychski krytykuje Putina, czy inni też się przebudzą? [wS 2014, nr 13(69), s. 1]. Анджей Кміциц – герой роману „Потоп” Г. Сенкевича – образ особи, яка, довідавшись про

несправедливість і неправду, змінює свої погляди й переконання. Інтенсифікується сема ‘зміна переконань’.

Kończy się czas Wałęsów – zaczyna Piotrowiczów – „wallenrodów” stanu wojennego [GW <http://wyborcza.pl/> 23.02.2016]. Наведений фрагмент побудований на використанні плюративних ВН. У вираженні конотемами яких є відповідно ‘борець за демократичний лад проти комунізму’, що репрезентується прізвищем Л. Валенси, ‘представник комуністичної влади в період Польської Народної Республіки’, тобто С. Пьотрович, ‘герой, що порушує етичні норми в ім'я „вищих” ідей’ [197, с. 45], тобто Конрад Валленрод, персонаж з однойменного твору А. Міцкевича.

Наведені приклади дають можливість зробити висновок, що плюративні форми ВН виконують функцію вираження узагальненого символічного значення, належать до символів культури, спорту тощо конкретного періоду, тому розцінюються як семіотичні знаки мовної системи. Аналіз фактичного матеріалу показує, що виникнення плюративних форм ВН ґрунтується на використанні прецедентних імен польської культури й історії.

3.1.3. Власні назви як елементи компаративних конструкцій

У польській науковій теорії порівняння у структурі компаративних конструкцій прийнято виділяти основні компоненти: компонент-*comparandum* (пол. *człon porównywany*) – предмет порівняння, компонент-*comparatum* (пол. *człon porównujący*) – елемент, з яким порівнюється, *tertium comparationis* – основа порівняння, ознака, на підставі якої відбувається зіставлення двох об’єктів порівняння [221, с. 23; 189, с. 78]. Щодо способу вираження *tertium comparationis* виділяються два типи компаративних конструкцій, а саме: компаративи *im praesentia* з експліцитно вираженою основою порівняння та компаративи *in absentia* з імпліцитно вираженою основою порівняння [189, с. 78].

Побудова компаративних конструкцій із залученням ВН у ролі елемента, з яким порівнюється об'єкт (онім-*comparatum*) впроваджує низку асоціацій, пов'язаних з денотатом назви. Відтак ВН як компоненти-*comparatum* виконують функцію культурних маркерів у конкретній мовній спільноті, вони виступають ядерними елементами з набором сем-характеристик. Оніми-*comparatum* вербалізують певні якості денотата, відсилають до характерних рис, типової поведінки, професійної діяльності чи історичної авторитетності. За кількістю членів-*comparatum* компаративні конструкції бувають одно- та багатоконпонентні. Одноконпонентні будуються за двома типами моделей.

Модель Ад'єктив як X

У цій моделі компонентом-*comparandum* може бути будь-яка частина мови: ад'єктив зі значенням ознаки, на основі якої відбувається порівняння, субстантив, який є об'єктом авторського повідомлення, дієслово як показник конкретної ознаки за дією. Наприклад:

Skromny jak Wałęsa – компаративна конструкція побудована на основі антонімічного протиріччя з позамовною інформацією про денотата з метою саркастичної характеристики. Оскільки Л. Валенса відомий своєю розкутою поведінкою і жартівливими висловлюваннями, то значення порівняння може бути експліковане так: *бути скромним як Валенса* – це 'бути нескромною, дуже розкутою людиною'. Саме риса нескромності описана в цитаті: *Były prezydent skomentował wreszcie film Andrzeja Wajdy o swoim życiu. Lech Wałęsa skrytykował Roberta Węckiewicza za to, jak go zagrał: „Nie bardzo mi to leży, to takie hm... Taka trochę bufonada, a ja naprawdę takim bufonem nie byłem, zarozumiałcem!”. I tu Wałęsie gratuluję skromności, a Węckiewiczowi, że tę wrodzoną „skromność” umiał zagrać*” [wS 2013, nr 33, s.13].

Hojny jak Komorowski – в основі вжитої компаративної конструкції лежить ситуація, пов'язана з видачею премій працівникам адміністрації президента: *Prezydent Komorowski wciąż hojny. Jako jedyny nagrodził swoich*

ministrów i doradców [N 2014, nr 6, s. 13]. У такий спосіб підкреслюється риса щедрості (пол. *hojność*) Б. Коморовського, однак щедрість набуває негативної оцінки й характеризується як нераціональне використання державних коштів.

Компаративні конструкції репрезентують гумористичне значення. Наприклад: *Placzkliwy jak Tusk* [wS 2013, nr 48 (52), s. 12]. У цьому випадку автор покликається на фрагмент з біографічної книжки дружини Д. Туска про те, що її чоловік плаче під час перегляду мультиплікаційного фільму „Король Лев”. Інформація фамільярного характеру контрастує з образом принципового, рішучого політика, змальовуючи Д. Туска в образі чутливої, емоційної людини.

Експресивність наступного фрагмента полягає в порівнянні абстрактного поняття *майбутнє* зі стравою, а конкретно з супом під назвою Айтопф: *Dlaczego będziemy musieli się pogodzić z tym, że nasza przyszłość będzie jak Eitopf, czyli zupa, której do rosółu daleko* [Prz 2004, nr 25, s. 98]. Суп Айтопф – це страва, що готується з м’яса, картоплі, рису, каші, різних овочів, не потребує значних затрат і не належить до страв вишуканої кухні. Тому увиразнення зазнає сема ‘бідність’.

Значення характеристичної ознаки може бути виражене дієсловом: *Raz, że bozia poskąpiła talentów językowych i w obcych narzeczach dukam mniej więcej jak Jerzy Dudek po meczu z Finlandią* [P-j 2006, nr 36, s. 19]. Порівняння ґрунтується на інформації про те, що польський футболіст Є. Дудек не добре володіє англійською мовою.

Модель X як Y

Компаративні конструкції, до складу яких входять дві ВН у функції як компонента-*comparandum*, так і компонента-*comparatum*, характеризуються імпліцитно вираженою ознакою в конотативному значенні компонента-*comparatum*. Підкреслена ознака, на думку автора, притаманна обом денотатам назви. Компаративна конструкція виконує роль засобу інтенсифікації. Наприклад: *Gronkiewicz jak Pilat* [wS 2014, nr 29, s. 13]; *Tusk*

jak Neron [wS 2013, nr 48(52), s. 86]; *Adam Hofman jak Rambo* [wS 2013, nr 46(50), s. 113]; *Duda jak papież Franciszek* [N <http://www.newsweek.pl/> 16.01.2015]. Компаративна конструкція виконує роль засобу інтенсифікації.

Побудова наступної компаративної конструкції за допомогою астіонімів базується на метонімізації: *Warszawa jak Budapeszt?* Розуміння інформації, яку конденсують ВН у заголовку, можливе тільки за допомогою ширшого контексту: *Najwięcej krytyki zbiera polityka informacyjna telewizji i radia publicznego, które całkowicie podporządkowano rządowi* [W <http://www.wprost.pl/> 13.01.2016]. Порівняння покликане звернути увагу на дві схожі ситуації в Польщі й Угорщині, що стосуються підпорядкування засобів масової інформації урядові.

Модель X як Y, Z

Зазначена модель репрезентує багатокomпонентні компаративні конструкції, що характеризується впровадженням контекстуально синонімічних ВН для порівняння. Як наприклад: *W latach 80. Wałęsa był jak Westerplatte, Alamo, Iwo Jima i Stalingrad razem wzięci* [GW <http://wyborcza.pl/> 19.02.2016]. Контекстуально синонімічний ряд ВН у ролі метонімії місця введено в компаративну конструкцію на підставі інтегральної семи 'боротьба'. *Вестерплатте* як вказівка на напад на півострів Вестерплатте, що означав початок Другої світової війни; *Аламо* – натяк на битву за місію Аламо під час Техаської революції (1836 р.); *Іодзіма* – назва острова, позначення битви між Японією й США (1945 р.); *Сталінград* як метонімічне означення Сталінградської битви (1942 – 1943 рр.), що знаменувала перехід стратегічної ініціативи від німецьких військ до радянської армії. Набір назв, денотативне значення яких репрезентує 'збройне протистояння', виконує роль актуалізації знань про колишнього польського президента як 'борця за встановлення демократичного устрою в країні'.

Схожим є приклад: *Edward Hopper miał większy wpływ na sztukę XX wieku niż Pollock, Warhol i Lichtenstein razem wzięci* [W 2004, nr 23, s. 106]. Масштаб впливу творчості американського художника Е. Хоппера на мистецтво ХХ ст. вимірюється сумарним значенням доробку американських письменників цього ж періоду Дж. Поллока, Е. Воргола та Р. Ліхтенштейна.

Ще одна компаративна конструкція порівнює сучасних політиків і політичні постаті з минулого Польщі: *Tusk i Kaczyński jak Piłsudski i Dmowski* [W <http://www.wprost.pl/> 31.10.2012] – інтенсифікується сема ‘політичні суперники’, оскільки відносини маршалка Ю. Пілсудського й Р. Дмовського супроводжувалися політичним суперництвом. Як і Д. Туск та Я. Качинський, які є очільниками протилежних політичних таборів.

Індикатором конотації у фрагменті *Bo Polska znów po 25 latach, wymaga litowości Pana Boga, a przymajmniej choć życzliwego spojrzenia, bo polska głupota wzbiera jak Soła albo Dunajec po śnieżnej zimie* [Prz 2005, nr 13, s. 19]. виступають потамоніми *Сола* і *Дунаєць*. Названі ВН репрезентують денотати – річки, які характеризуються виникненням значних повеней. Образ підняття рівня води в руслі річок після зимової відлиги застосовується для порівняння загального образу нерозсудливості польського народу.

На основі вище аналізованого матеріалу можемо зробити такі узагальнення: 1) ВН у межах компаративних конструкцій набувають експресивно-оцінної конотації; 2) ВН як елементи порівняння функціонують у ролі маркерів-характеристик; 3) ВН виконують роль інтенсифікаторів значення, тобто підкреслюється конкретна сема в загальному значенні ВН.

3.2. Експресивні тропи

Експресивність публіцистичного тексту польського медійного дискурсу реалізується через використання низки тропеїчних засобів польської мови. Тропеїчні структури належать до зображальних засобів мови й традиційно вивчаються на основі текстів художнього дискурсу. Саме в

художніх текстах виникають найрізноманітніші тропи, їхні вторинні модифікації, що забезпечують функцію текстотворення. Іntenції автора художнього тексту зумовлюються підґрунтям естетичного моделювання думки. Якщо ж мова йде про тропи в середовищі публіцистичних текстів, то естетичний чинник і текстотвірна функція більшою мірою належить до пасивних можливостей тропів, а на основний план висувається здатність ненормативного опису ситуації, створення опозиції стандарту та експресивності, тому до головних функцій тропів у текстах ЗМІ належать експресивна й імпресивна функції. Не менш важливою є й їхня інформаційна функція, що ґрунтується на передачі інформації через призму особистого сприйняття, розуміння та трактування ситуації, однак інформативна функція виступає вторинною, носить чітко виражений суб'єктивний характер і залежить від інтерпретаторської можливості адресата.

3.2.1. Метафори

Виникнення метафор супроводжується комплексом емоційних та оцінних нашарувань у структурі лексичного значення, які пов'язані зі сприйняттям описуваного явища чи ситуації. Метафора відкриває не тільки певний аспект речі чи явища, про які йде мова, а зображає об'єкт перенесення в аксіологічній перспективі [154, с. 137].

Становлення в мовознавстві когнітивної парадигми дослідження робить неможливим уникнення її прийомів під час опису метафоричного вживання. Згідно з когнітивним підходом метафора ґрунтується на перенесенні компонента з однієї сфери досвіду та знань мовця – сфери джерела (пол. *domena źródłowa*, англ. *source domain*) в іншу – сферу мішені (пол. *domena docelowa*, англ. *target domain*) [231, с. 391] так, як це показано на рисунку 3.3:

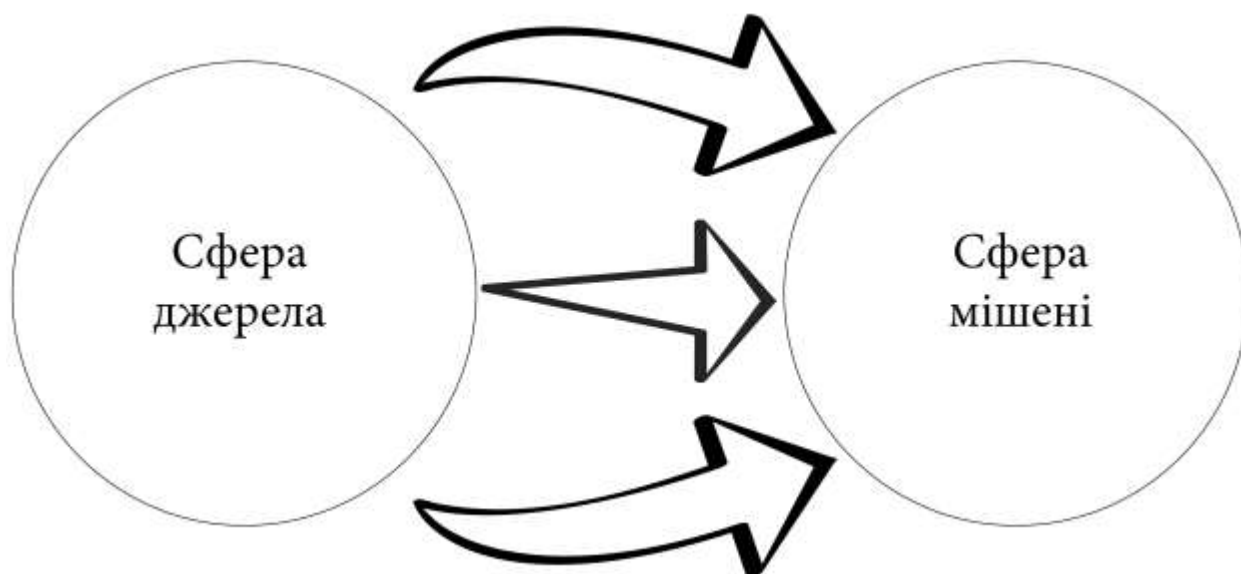


Рисунок 3.3. Принцип утворення когнітивної метафори

Метафора виділяє позначуване явище на тлі цілого повідомлення, експресивна функція починає „діяти” на основі протиставлення інформативній.

Опис тематичної ситуації з однієї концептуальної сфери, припустімо, економіки, через мовні засоби, що обслуговують іншу, наприклад, спорт, приводить до моделювання дійсності й поєднання двох концептуальних сфер. Чим більше такі сфери різняться своїми понятійними зонами, тим ефективнішою є метафора. Як зазначає Н. Д. Арутюнова, джерелом виникнення метафори є „усвідомлена помилка в таксономії об’єктів”, а механізм дії метафори ґрунтується на категоріальному зсуві [4, с. 18]. Оскільки в основі створення метафори завжди лежить певний елемент, який не відповідає змісту решти повідомлення, тому метафора, яка інтерпретується дослівно може бути потрактована як „нонсенсний вислів” (пол. *wypowiedź nonsensowna*) [155, с. 157].

Аналіз текстів визначених польських ЗМІ окресленого періоду продемонстрував звернення до різних концептуальних сфер, зокрема *гри, театру, війни, спорту, хвороби, кухні, навчання, транспортного засобу, торгівлі, природи, магії, цирку*.

Метафора гри

Грою йменується „заняття дітей; підпорядковане сукупності правил, прийомів або засноване на певних умовах, що є розвагою або розвагою та спортом одночасно; ряд дій, спрямованих до певної мети, інтрига, таємний задум” [232]. Гра як феномен організації людської поведінки розглядалася в дослідженнях соціологів як соціозумовлена поведінка людини. Французький соціолог Р. Каюа в книзі „Людина та сакральне” пише: „Гра дає відпочинок, розслаблює, відволікає від життя, змушує забути небезпеку, турботи, працю [...]” [51, с. 205] і визначає гру як вільну діяльність, де людина встановлює самотійно умови та мету, підкреслює несерйозний характер гри, що виправдовує будь-які показки та невдачі [51, с. 206]. Саме завдяки цьому метафора гри набула значного поширення й частого використання як у пресі, так і в розмовному мовленні. Кваліфікуючи конкретну поведінку як гру, автор формує певний образ ситуації, згідно з яким читач повинен сприймати названу ситуацію. Відтак якась подія, важлива на рівні держави або міжнародної спільноти, зображується через призму метафори гри як розвага, несерйозна, непродуктивна діяльність, ситуація, що має фіктивний характер і, можливо, не досягне корисної мети.

Це можна проілюструвати низкою прикладів:

Granie Europy (заголовок): *Polskie władze albo nie potrafią poruszać się w gąszczu unijnych przepisów, albo co bardziej prawdopodobne, dla wewnętrznych rozgrywek są gotowe poświęcić interesy naszego kraju we Wspólnocie. Zablokowanie przez Polskę porozumienia o stawkach VAT wywołało wczoraj konsternację w stolicach „25”. Takie sytuację w Unii się zdarzają. Ale tylko w sporadycznych przypadkach – gdy w grę wchodzi żywotne interesy danego kraju* [Rz 2006, nr 27, s. B1].

Amerykańska gra o dużą stawkę (заголовок): *Dla administracji Busha wybory w Iraku to element gry o bardzo wysoką stawkę* [Rz 2005, nr 25, s. A2] – ішлося про проведення виборів в Іраку, що й було сферою мішені наведеної

метафори. Від результатів виборів залежали подальші воєнні дії американської армії в Іраку – стабілізація ситуації чи продовження збройного протистояння. Внаслідок метафоризації, вибори позначені як гра з невідомим результатом і переможцями.

Метафора *Niebezpieczna gra Unii* становить заголовок статті про ймовірне розширення меж Європейського Союзу на схід через залучення до складу Союзу Туреччини. На думку автора статті, вступ Туреччини може спричинити низку негативних ситуацій: *Prowadzona jest niebezpieczna gra. Z jednej strony rozbudowane zostały nadzieje Turcji na uzyskanie pełnego członkostwa, z drugiej zaś – nie informuje się w jednoznaczny sposób obywateli UE o tym, jakie polityczne konsekwencje pociągnęłoby za sobą członkostwo Turcji w UE* [Rz 2005, nr 2, s. 11]. Процес інтеграції Туреччини з Європейським Союзом нагадує гру.

З метою експресивного окреслення ситуації використовуються різні види гри – картярські, настільні, дитячі розважальні ігри тощо. Залежно від виду гри описувана ситуація характеризується певними ознаками, наприклад, покер відомий стратегічним мисленням, умінням прораховувати наступні ходи, аналізувати ходи суперника та, стежачи за його поведінкою, визначати потенційні можливості. Досвідчені гравці покеру є добрими психологами та знавцями мови тіла. Покер як сфера джерела когнітивної метафори репрезентовано у прикладах:

Szkocki poker *premiera Davida Camerona* (заголовок): *Szef brytyjskiego rządu zgadza się na referendum w sprawie niepodległości Szkocji – to gra o wielką stawkę – przyszłość Zjednoczonego Królestwa – mówi „Gazecie” brytyjski ekspert* [GW 2012, nr 7, s. 9]. Сферу мішень становить ситуація, пов'язана з прагненням шотландців вийти зі складу Королівства Великої Британії. Прем'єр-міністр Д. Камерон, погоджуючись на проведення референдуму щодо від'єднання Шотландії, встановлює обмежений період, за який референдум повинен бути проведений. Така пропозиція політика

розцінюється як стратегічний маневр, що приховує плани на те, що в шотландців забракне часу для організації референдуму. Політичні рішення визначаються як стратегічні ходи, ставкою в цій ситуації є майбутнє Великої Британії як цілісного об'єднання історичних частин королівства.

Pokerowe zagrywki na parkiecie (заголовок) – у цьому прикладі активізуються текстотвірні можливості метафори, тобто метафора *gry* стає основним елементом у процесі побудови всього тексту. Наведемо показові ключові уривки зі статті: *Inwestowanie w akcje niektórych firm giełdowych przypomina ostatnio **grę w pokera** [...] Mechanizm jest prosty w spółce pojawia się inwestor, który informuje, że rozważa dalsze zakupy akcji. Kiedy ich cena mocno wzrośnie, **wycofuje się z gry** zostawiając na lodzie drobnych udziałców [...]* **Łatwy blef** (підзаголовок): *Klasyczną **partyjkę pokera** przypomina niedawna **zagrywka** warszawskiej spółki Cron akcjami firmy informatycznej Simple [...]* *Inwestor mówi **pas*** (підзаголовок): *Wówczas nieoczekiwanie dla wszystkich Cron **rzucił karty na stół** i postanowił **wycofać się z gry** [...] Simple nie jest jedynym przypadkiem **pokerowej zagrywki** na giełdzie [...] Dajnowicz zapewnia, że możliwość bezkarnego **uprawiania pokera** na giełdzie znacznie się ograniczy od początku 2007 roku [...]* *Na razie drobni inwestorzy – oceniając deklaracje znacznych **graczy** – powinni kierować się własnym zdrowym rozsądkiem. Kolejni **pokierzyści wchodzą** bowiem **do gry*** [Rz 2006, nr 28, s. B7]. Впроваджена метафоризована лексика, що є характерною для гри в покер: *blef*, *pas*, низка контекстуальних синонімів: *gra*, *zagrywka*, *partyjka pokera*, вербалізація поведінки учасників гри: *rzucił karty na stół* як невербального символу закінчення гри становлять ядерні елементи тексту із прагматичним смисловим навантаженням. Свідомо активізоване смислове навантаження відрізків тексту скеровує увагу читачів, а ядерні елементи виконують функцію засобу компонування відрізків у цілісний текст, що забезпечує когерентність тексту, тобто його семантичну зв'язність. Сферою мішені є інвестування на біржі, тому застосовується метафора *інвестиції – це гра в покер*.

Atomowy poker (заголовок): *Światu grozi wojna Iranu z Izraelem [...]*
Szach Teheranu (підзаголовок): *Wymiana podrózek między Jerozolimą a Teheranem trwa od roku, ale dopiero teraz weszła w fazę, w której słowa mogą być uzbrojone w głowice rakietowe – nie tylko konwencjonalne* [W 2004, nr 35, s. 76].
 Сферу мішені репрезентують конфліктні відносини між Іраном та Ізраїлем через потребу знищення атомних установок на території Іраку. У наведеному фрагменті активізується метафора *слова – це зброя* (*słowa mogą być uzbrojone w głowice rakietowe*), що визначають переговори між двома країнами як війну.

Наступна метафора стосується проекту будівництва трубопроводу Одеса – Броди – Гданськ: **Kazachski poker** (заголовок): *Polska włączyła się do gry o ropę w Azji Środkowej. Lech Kaczyński ledwie włączył się do eurazjatyckiej gry o ropę, a już stracił kilka pionków [...]* *Z kazachskiego pokera zwycięsko wyjdzie na pewno Nursultan Nazarbajew* [W 2007, nr 14, s. 110]. Сферою мішені є участь у будівництві трубопроводу, на який претендує Польща, Казахстан, Росія. Політичні переговори між цими країнами зображаються через сферу джерела гри в покер і оцінюються автором як певна комбінація стратегічних ходів учасників.

Метафора **Gra w trzy karty** [Rz 2005, nr 13, s. A14] застосовує сферу 'картярська гра з використанням трьох карт'. Зазначена метафора описує обрання тренера збірної польських волейболістів поміж трьох претендентів на цю посаду: *Argentyńczyk Raul Lozano, Łotysz Boris Kolczins i Serb Zoran Gajić to trójka kandydatów w walce o posadę trenera reprezentacji Polski siatkarzy* [Rz 2005, nr 13, s. A14]. Не менш важливим при організації заголовка тексту став числовий показник: *три кандидати – три карти*. Відбір оцінюється як гра, однак поруч з цією метафорою впроваджена метафора *відбір – це боротьба* (*w walce o posadę trenera*).

Звернення до настільних ігор як джерела виникнення концептуальних метафор репрезентовано прикладами:

Prezes PiS dał szacha i mata [Rz 2012, nr 95, s. 6]. Як відомо, у шахах становище шах і мат означає переможний хід для учасника, що його зробив. За допомогою метафори описуються політичні дії Я. Качинського як такі, що приносять політикові корисні для нього результати.

Метафора *Lewicowe puzzle w rozsypce* [Rz 2005, nr 11, s. A5], що виконує роль заголовка, стосується ситуації поділу серед лівих політичних сил у Польщі перед виборами. У наведеному заголовку використовується звернення до гри в пазли, що є різновидом головоломки й передбачає складання одного суцільного зображення з безлічі невеличких сегментів. Функцією використаної метафори є образна характеристика ситуації через звернення до гри як процесу, що через асоціативні відношення уособлює поділ лівих сил на маленькі частини, які намагаються бути зібраними в єдине ціле.

Звернення до дитячої розважальної гри в хованки застосовується у прикладі: *Zabawa u chowanego* [GW 2002, nr 54, s. 23]. А образ дітей, що граються в пісочниці теж знайшов застосування в медіа-тексті: *Przypomina to zabawę przedszkolaków w piaskownicy w stawianie babek, ale dla polityków wyniki rankingów są równie ważną karmą jak porcja jadła dla zwierząt zamkniętych w zoo* [Prz 2005, nr 10, s. 90].

Метафорика гри побутує в медійних текстах, але й не тільки. Вона проникає в різні сфери людської комунікації. Навіть більше, психологія пояснює поведінку людини як гру в соціальних зв'язках. Поведінка людини у визначеній ситуації, згідно з аналізами американського психолога Е. Берна, є виявом одного з декілької т.зв. *Я-станів: Батька, Дитини, Дорослого. Дитина* має інтуїцію, творчість, спонтанні реакції, вчинки та здатна насолоджуватися життям, *Дорослий* обробляє інформацію зі свого навколишнього середовища й обчислює ймовірності, необхідні для успішної взаємодії зі світом [8, с. 46]. Учений стверджує, що реакції на події і вчинки людини здійснюються за визначеними сценаріями зазначених *Я-станів*, які

формуються психологічною пам'яттю, досвідом кожної людини. Людина в кожному іншому середовищі грає певну роль: матері чи батька, вчителя чи лікаря, президента чи адвоката тощо, часто не усвідомлюючи механічної стереотипної поведінки в межах окресленої ролі. Людина, як підтверджує антропоцентризм, пропускає мовлення через власну душу й пам'ять, тому й психологічний рівень виявляється у формі образно-метафоричних висловлень. Звідси й тенденція до утворення метафори гри як у повсякденному житті, так і на сторінках газет. Ось, наприклад, у польській мові існують СС з компонентом *gra*, які сформувалися на основі метафоричного висловлювання й закріпилися в мові: *gra podwójna, zakulisowa; gra znaczonymi kartami; gra pozorów* 'фальшива, нещира підступна поведінка', *gra w ciemno* 'ризиковане рішення, діяльність, яка здійснюється без належних підстав, що не гарантує успіху', *gra, zabawa w kotka, myszkę, w ciuciubabkę* 'обманювання когось, нещира поведінка, що створює незрозумілу, непередбачувану ситуацію', *grać znaczonymi kartami* 'фальшиво, нещиро, підступно з кимось поводитися'.

Хоча шекспірівське „весь світ – театр, а люди в ньому – актори” не втрачає своєї актуальності й сьогодні, все ж можемо сказати, що цілком обґрунтованим стає розуміння життя через призму грайливості. Доречним у сучасний період є вислів „весь світ – це ігрове поле, а люди в ньому – гравці”.

Метафора хвороби

Хвороба – це „порушення нормальної життєдіяльності під впливом несприятливих чинників внутрішнього й зовнішнього середовища” [232]. У „Великому словнику польської мови”, крім основного значення хвороби, подаються й переносні значення: хвороба як соціальне явище – 'ненормативність якої-небудь суспільної або державної галузі' та хвороба як 'особа, до якої мовець відчуває і виражає неприхильність' [247]. Метафора хвороби не є явищем новим, вона активно вживається в літературних творах і

в розмовному мовленні, оскільки найбільш влучно й чітко може підкреслити недоліки, засудити, показати проблему. Метафора хвороби є засобом критичного мислення.

Американська письменниця С. Зонтаг у книзі „Хвороба як метафора. СНІД та його метафори” [36] аналізує метафоричне використання раку та туберкульозу в літературі XIX ст. Авторка пише про дві гіпотези хвороби: „Перша полягає в тому, що будь-яка форма соціального відхилення може вважатися хворобою. Звідси випливає, що коли кримінальна поведінка може вважатися хворобою, тоді злочинців не можна засуджувати чи карати, але їх треба зрозуміти (як це розуміє лікар), лікувати, а тоді зцілювати. Друга полягає в тому, що кожна хвороба може вважатися психологічною. Хвороба, загалом, тлумачиться як психологічна подія, а люди заохочуються вірити в те, що вони хворіють, тому що (несвідомо) хочуть бути хворими, і що вони можуть зцілити себе, мобілізувавши свою волю” [36, с. 53]. Тому й метафора хвороби – це не тільки критика й висміювання недоліків, але викривання цих недоліків з метою їх усунення. Адже першим кроком до змін на краще є визнання своїх проблем і вад, а потім уже їх подолання та вирішення. ЗМІ, які виконують роль контролера суспільно-політичного життя, реалізують мету вказівки на проблемні сторони функціонування держави як цілісного організму. Це пояснює логічність, вмотивованість і доречність існування метафори хвороби на сторінках газет і журналів.

Лексеми-назви хвороб і медичних методів лікування зі сфери джерела для формування метафор є мовними сигналами, маркерами підкресленого семантичного напруження. Наприклад: *Deklaracja berlińska to przykład intelektualnej amnezji* [W 2007, nr 14, s. 36]. Сфера джерела хвороби *амнезія* – виявляється в порушенні або втраті пам'яті, сфера мішень – підписання Берлінської декларації. Для автора важливим є той факт, що підписання документа не націлене основним чином на політично-економічні питання, натомість відбувається ствердження ідей гуманізму. Автор називає

декларацію маніфестом релятивізму і зверненням до ідей старогрецьких софістів, підкреслюючи, що нехтуються первинні ідеї створення Європейського Союзу як механізму регуляції економічно-політичного життя країн. Звідси й випливає, що засади декларації, згідно з твердженнями автора, є амнезією – втратою пам'яті стосовно початкових і визначальних ідей діяльності об'єднання.

У медіа-текстах можна зафіксувати поєднання різних метафор, як у фрагменті: *Chińska grypa* (заголовок): *Między Stanami Zjednoczonymi a Chinami toczy się **wielka gra** zatytułowana „Kto pierwszy spakuje we wzajemnych stosunkach gospodarczych”. Jej wynik może być poważniejszy w skutkach niż **epidemia azjatyckiej ptasiej grypy**. Zachorować może niemal cały świat* [W 2005, nr 29, s. 46]. Найперше економічні відносини між США й Китаєм трактуються як гра, натомість вводиться порівняння результатів економічних взаємовідносин між двома країнами з епідемією пташиного грипу. Епідемія як ‘неконтрольоване **поширення** якої-небудь інфекційної хвороби’ вказує на схоже поширення економічної кризи в будь-якій країні. Важливими є семи ‘поширення’, ‘розповсюдження’.

Метафора грипу часто використовується в економічній сфері. Зафіксовано схожий приклад: *Banki **odporne na grypę*** (заголовок): *Choć strefa euro miota kryzys, nasz system bankowy trzyma się dzielnie... Polski system bankowy nie złapał „**europiejskiej grypy**”, i mimo że aż 65 proc. aktywów sektora należy do banków z zagranicznymi korzeniami okazał się – przynajmniej na razie – **odporny na grypę*** [W 2012, nr 6, s. 63]. Порівняння кризи та грипу вмотивоване характеристиками хвороби як інфекційного захворювання, який може уразити будь-яку людину. Так і фінансова криза може „уразити” банки. Однак польська банківська система імпліцитно порівнюється зі здоровою людиною, з міцним імунітетом, яку не торкнулося захворювання, як криза не торкулася банків. Важливими тут є семи ‘стійкість’, ‘надійність фінансового становища’.

Метафорика хвороби інтенсифікує недоліки різних сфер життя суспільства, зокрема політичної, фінансової, правоохоронної, тому до функціональних домінант належить виконання імпресивної функції – опис ситуації через оцінювання й формування оцінного ставлення в адресата повідомлення. Як у таких ілюстративних текстах: ***AIDS polityki***. Наведена метафора стосується хвороби СНІДу – вірусного захворювання, протидію якому ще не винайдено в медицині, цим самим, становлячи загрозу для життя людей. У метафоричному вживанні СНІД набуває значення ‘небезпека, загроза’. Такий заголовок інформує читача про загрозу, пов’язану з політичним життям, однак конкретизація загрози, яка, на думку автора, дорівнює вірусному захворюванню, зрозуміла з ширшого контексту: *W XXI wieku państwa upadłe będą stanowić największe zagrożenie dla bezpieczeństwa na świecie. W przeszłości największy strach wzbudzały agresywne mocarstwa: hitlerowskie Niemcy czy Związek Sowiecki. W XXI wieku cywilizowany świat boi się krajów, które istnieją już tylko na mapach, bo ich struktury społeczne, gospodarcze i polityczne się zawaliły. To tzw. państwa upadłe będą stanowić największe zagrożenie dla bezpieczeństwa na świecie* [W 2005, nr 36, s. 82]. Відтак під метафорою ***AIDS polityki*** криється проблема великих країн, що займали важливі позиції у світовій політиці, однак були зруйновані у процесі історичних подій.

Наступна метафора створена на підставі впровадження медичного протезування органів, які за певних обставин втратили функціональні здатності для організму людини, вилучені медичним втручанням або життєвими обставинами. На місці певного органу встановлюється штучний відповідник. У метафоричних висловах протез підкреслює семи ‘неефективність функціонування’: ***Proteza państwa prawa*** (заголовок): *Jak się nie ma, co się lubi, to się lubi, co się ma. Gdy brakuje nam jakiegoś organu, zwykle chcemy mieć chociaż jego protezę [...] Z braku prawdziwych, czyli skutecznie zwalczających przestępczość, godzimy się na ich protezę – w postaci sejmowych*

komisji śledczych [Rz 2008, nr 101, s. 2]. Сферою мішені є слідчі комісії, що зобов'язані боротися зі злочинністю у країні, однак через їхнє неефективне функціонування здійснюється перенесення ознак протеза на названі правоохоронні органи.

Ознаки хвороби гангрені як ‘повільного відмирання кінцівок організму людини і яку лікують хірургічним втручанням’, використана з метою окреслення злочинності в м. Люблін: *Gangrena w Lublinie* [W 2003, nr 25, s. 32]. Злочинність позиціонується як хвороба, яка руйнує, „з’їдає” організм (суспільство), що є суцільною функціональною структурою. Метафора хвороби раку вжита в контексті: *Wycieliśmy raka, jakim były WSI* [DRz 2014, nr 5, s. 25]. Сфера джерела захворювання людського організму на рак у межах метафори активізовує значення злоякісної пухлини, яка, збільшуючись в організмі людини, призводить до летальних наслідків. Перенесення ознак ракового захворювання на Військову інформаційну службу (пол. WSI) сприяє такій інтерпретації метафори – діяльність цього військового органу розглядалася як ‘загроза для військово-політичного життя країни’, внаслідок чого він і був ліквідований.

Виникненню негативних асоціацій сприяє метафора: *Polityka gospodarcza Polski to w istocie działania narkomana, który wyprzedaje swój majątek by kupić kolejną działkę* [W 2003, nr 19, s. 21]. Сферу джерела метафоричного утворення становить психофізичний стан хворого на наркоманію, а конкретно – непереборний потяг до приймання наркотичних препаратів, залежність від цих препаратів. Негативні асоціації виникають внаслідок перенесення образу наркомана, що для купівлі наркотиків продає будь-які предмети власності, на економічну політику країни.

Метафора війни

Метафора війни активізує сферу протистоянь, воєнних конфліктів, суперечок для експресивного найменування в газетах і журналах ситуацій, основу яких становить конфлікт поглядів та інтересів. У процесі виникнення

метафори війни використовуються назви збройних протистоянь *війна, бій, баталія*, що вказують на параметричні характеристики (тривалість, ступінь загострення проблеми), зокрема лексема *війна* як позначення ‘гострого зіткнення сторін з протилежними інтересами та поглядами’ [247]. Наприклад: ***Wojny na onkologii*** (заголовок): ***Po jednej stronie frontu trzy sale chorych, po drugiej cztery. Dyżurka pielęgniarek to ziemia niczyja. Kolejne bitwy obserwują przerażeni rodzice chorych na raka*** [GW 2012, nr 9, s. 12]. Метафора війни окреслює сукупність довготривалих конфліктних подій, що характеризуються наявністю двох протилежних сил конкретної сфери життя суспільства. У наведеному прикладі зображається онкологія як галузь медицини, що характеризується боротьбою за хворих. Метафору утворюють вирази з воєнної лексики: *dwie strony frontu, ziemia niczyja, bitwy*. Лексема *бій* – ‘інтенсивне та вичерпне збройне протистояння’ [247], тому метафора бою вказує на одиничну конкретну ситуацію, наприклад: ***Bój gazowy*** (заголовок): ***Polacy skapitulowali w negocjacjach w sprawie importu gazu z Rosji i podpisali niekorzystny dla siebie aneks umowy*** [GW 2001, nr 2, s. 1]. Лексема *баталія* у воєнній лексиці вживається зі значенням ‘багатоетапна битва, що стає вирішальною у процесі війни’ та в переносному значенні – ‘інтенсивні дії, спрямовані на досягнення визначених цілей’ [247], тому *баталія* як метафоротвірний елемент формує переносне значення ‘інтенсивні дії, які стають вирішальними для досягнення цілей’, наприклад: метафора ***Batalia o sędziów*** вживається у функції заголовка статті про вибори судді Верховного Суду США. Кандидатів на посаду судді пропонує президент США, натомість вибрати одного представника повинен парламент. У парламенті відбувається конфлікт між партією республіканців і консервативними силами, кожна з яких прагне затвердити різних кандидатів: *Nie zdążył jeszcze pył bitewny po kampanii prezydenckiej, a na amerykańskiej scenie politycznej zyskuje się kolejna, również zacięta batalia* [...] James Dobson, jeden z najbardziej wpływowych przywódców prawicy w USA zapowiedział, że ***wyda wojnę*** demokratycznym

*kongresmanom, którzy będą próbowali **blokować** nominację. – Następną **bitwą**, która nas czeka, będzie nominacja następcy Rehnquista* [колишній суддя Верховного Суду – М.І.] [Rz 2005, nr 4, s. 6]. Як стає зрозуміло з контексту, *bataliєю* експресивно йменуються вибори судді, які матимуть вирішальне значення для здобуття впливової позиції тих чи тих політичних сил у житті країни. Схожою є й метафора у текстовому фрагменті: *Po miażdżącym zwycięstwie Mitta Romneza w New Hampshire Republikanie szykują się do trzeciej, może już ostatniej **batalii w wojnie** o nominację partii na wybory prezydenckie* [GW 2012, nr 9, s. 8]. Визначення партії для участі у виборах – це баталія у війні.

Найменування збройних знарядь є активно вживаною тематичною групою для формування метафоричних висловлювань. Наприклад: **Gilotyna budżetowa** (заголовок). Як відомо, гільйотина належить до засобів вбивства, за допомогою якої здійснювалося покарання засуджених внаслідок відрізання голови. Активізується сема ‘відрізання’ (пол. ‘obcięcie’) для формування метафоричного значення ‘зменшення бюджетних видатків’: *Wydatki budżetowe będą musiały być **obcięte** o jedną czwartą. Nie da się także uniknąć obniżenia płac i świadczeń społecznych* [W 2003, nr 42, s. 22]. Метафора **Pistolet gazowy przy skroni** [W 2003, nr 10, s. 11] описує високі ціни, за якими Польща купила природний газ у російської компанії Газпром. Відбувається вербалізація образу *пістолета біля скроні*, який означає ‘загроза життю’ та ‘влада над кимось’, оскільки особа, перебуваючи під прицілом пістолета, погоджується виконувати вказівки.

Лексична вербалізація метафори війни реалізується за допомогою різних частин мови, у тому числі й дієслів, тому функціонують метафоричні висловлювання дієслівної структури, динамічно характеризуючи ситуацію. Наприклад: *Czy SLD **rozbroi minę budżetową** za pomocą młotka?* [W 2003, nr 35, s. 36]. Функціональні характеристики міни як засобу виникнення вибухового ефекту та створення небезпечної ситуації, покладено

в основу метафори *rozbroić minę* у значенні ‘уникнути фінансових проблем, пов’язаних з дефіцитом бюджетних коштів’. Формуючи метафору в запитальній формі, автор вказує на два ймовірні способи розгортання ситуації: ефективно вирішення проблеми, пов’язаної з нестачею державних коштів для виплат громадянам, або виникнення проблемних ситуацій, які порівнюються з вибухом.

Kolejowa bomba długów zaczyna tykać [Rz 2006, nr 35, s. B7] – борг бюджету залізничної інфраструктури йменується бомбою тому, що становить потенційну загрозу для функціонування транспортної структури. *Bomba zaczyna tykać* означає, що ситуація почала наближатися до катастрофічного стану.

Метафора театру

Наступну групу утворює переносне вживання слів унаслідок застосування лексем і словосполучень з тематичного поля театральних дійств. Використовуються лексеми *театр*, *гра* (у значенні *театральна гра акторів*) на позначення певного явища чи ситуації; лексема *роль* для переносного найменування поведінки учасників ситуації, що має викликати асоціації з неприродною поведінкою; назви елементів інтер’єру театру, декорацій (сцена, куліси); назви учасників театральної вистави (актори, суфлери) тощо. Зафіксована в журналі метафора є ілюстрацією для вищенаведених міркувань: *Rzecznicy światła, rycerze ciemności* (заголовок): „Polska polityka zrobiła się w zbyt dużej mierze **grą i teatrem**” – powiedział we wtorek w TVN24 wracający na **scenę** Maciej Płaczyński, obsadzony tym razem w roli senatora niezależnego. [...] Mimo wyjątkowo lichej kondycji **polskiej sceny** prawdziwi **aktorzy** jeszcze **nie myślą ról**, a **sufler** w żadnym **przedstawieniu** nie jest **głównym bohaterem**. A tak się **gra na politycznej scenie** [Rz 2006, nr 29, s. A2].

Метафору театру можна розглядати як різновид метафори гри, але у вужчому обсязі. Оскільки театр – явище, дійство – передбачає симуляцію,

удавання, фікцію, врешті гру. Тому дві сфери мішені часто описують схожі ситуації.

Метафора кулінарії

Механізм впровадження в медіа-текст інформації, що ґрунтується на формуванні метафор кулінарії, полягає у зверненні до побутових реалій життя людей. Сферою джерела є приготування їжі, кухонні предмети, страви тощо – все з чим людина стикається кожного дня. Це не ускладнює розуміння метафоричного опису, але сприяє наголошенню на інформації, яку необхідно, на думку автора, підкреслити, зробити більш „помітною” на тлі безперервного потоку інформації у ЗМІ.

Метафорика кухні дозволяє показати ситуацію в жартівливій формі, порівнюючи політиків з образами кухарки, польський сейм з кухнею, де функціонує морозильник для зберігання неприйнятих законів, як-от у фрагментах: **Wycieczki z lodówki** (заголовок): *Znakomity pomysł, zwłaszcza, jak jest jego ogromna ilość. Można nawet pomyśleć o eksporcie. A Jan Rokita otwierał lodówkę dalej. Przypominał w tym gościę kucharkę, która włożyła coś do zamrażarnika, ale zapomniała co* [Rz 2006, nr 35, s. 3]; **Reforma do zamrażarki** (заголовок): *Ustawa o ubezpieczeniu dodatkowym, jeden ze sztabowych projektów PO, trafiła do sejmowej zamrażarki* [Rz 2008, nr 92, s. A1].

Метафора кухні застосовується також для експресивного зображення сфери підприємницької діяльності, як у прикладі: **Kuchnia wielkiej inwestycji, czyli radni przy stole** [Rz 2008, nr 96, s. 2], у якому інвестування порівнюється з кухнею – місцем приготування страв (метафорично – інвестицій) та впроваджується метафора столу – місця, на якому подані страви (інвестиції). Стіл у переносному значенні становить місце поживи, прибутку. У мові ЗМІ метафорично функціонують і предмети сервірування столу: *Gminy szykują nam podatkowy korkociąg* [Rz 2012, nr 99, s. 1]. *Korkociąg* (укр. *шмонор*) – засіб для відкорковування пляшок – метафорично характеризує ситуацію

„витягування” органами самоврядування коштів з бюджету на потреби регіональних територій.

Метафора навчання

Метафорична модель *життя – це навчання* сприяє перетинанню сфери навчання та політики, економіки тощо. Лексеми з тематичного поля навчання такі, як *lekcja, egzamin, zadanie domowe*, накладаються на сферу суспільно-політичного життя у прикладах: *Sprawdzam, czy zdaliśmy śmieciowy egzamin* [GW 2013, nr 191, s. 4]; *Kilka zachodnich lekcji dla Rosji* [GW 2001, nr 4, s. 10]; *Zgromadzenie Bałtyckie na początku grudnia zakończyło się wspólną rezolucją, w której trzy państwa bałtyckie podkreślają potrzebę rozszerzenia NATO na Wschód, i obiecują pilnie wypełnić wszystkie „zadania domowe” zlecone przez Sojusz* [GW 2001, nr 1, s. 10]. Під час використання навчальних метафор актуалізується концептуальний вектор засвоєння нової інформації, зміна поглядів, перевірка знань тощо.

Метафора транспортного засобу

Формується метафора: *політика – це транспортний засіб*. Підтвердженням можуть бути ілюстративні фрагменти з текстів ЗМІ: *Wyrzucenie z sań tych osób pozwoli na odzyskanie sympatii części dziennikarzy* [Rz 2008, nr 96, s. A16]; *Coraz silniejsze walki frakcyjne, coraz pewniejszy swego Gowin i coraz nowe pomysły na to, kogo zrzucić z wozu, by jechało się dalej* [W 2012, nr 17, c. 6]; *Autentyczny ludzki strach i poczucie zagrożenia będą oczywistym celem tych, którzy wietrzą szansę, by załapać się do wagonu z napisem władza* [W 2012, nr 11, s. 6]; *Regionalny pociąg z funduszami* (заголовок): *Z funduszami unijnymi jest jak z rozpędzającym się pociągiem. Najpierw jedzie powoli, bo musi się rozpędzić. A potem już mknie [...] Pociąg z pieniędzmi dla regionów już się rozpędził i teraz wjeżdża na ostatnią prostą* [GW 2012, nr 14, s. 27]. Отже, влада в державі трактується як засіб переміщення – вагон, поїзд, сани, віз, до яких хочуть потратити політики. М. Франковська, аналізуючи виникнення концептуальної метафори в

політичних текстах 90-х рр. XX ст., виділяє метафори *влада – це кермо, водій, архітектор*, натомість *країна – це корабель, автомобіль, віз, будівля* [158, с. 45].

За допомогою метафори транспортного засобу виникають уособлення політичної діяльності з поїздом, а отже, підкреслюється тимчасовість процесу (початкова та кінцева точки поїздки). Внаслідок цього, політики як пасажери намагаються потрапити до транспортного засобу. Останній з наведених прикладів ілюструє активізацію концепту *рух*, який передбачає використання дієслів переміщення *rozpędzić się* ‘розганяючись, досягнути певної швидкості’ [246], *mknąć* ‘пересуватися **дуже** швидко вперед’ [246] зі значенням інтенсивності руху, тобто проявляється дія підкатегорії інтенсивності.

Метафора руху, переміщення застосована у фрагменті *Dzisiaj nawet najzyczliwsze mu niemieckie dzienniki wskazują, że **stracił polityczny kompas i wszedł w fazę dryfu*** [DRz 2013, nr 33 (033), s.18] зображає політичну діяльність як орієнтування у просторі за допомогою компаса. Рух у неправильному напрямку концептуалізується терміном *faza dryfu* (укр. *дрейф*). Використання морської лексики дає підставу для асоціації політики з кораблем.

Метафора природи

Визначена метафора передбачає переносне вживання лексем з тематичних полів „природні явища” та „тваринний світ”, що утворюють сферу джерела метафори. Так, у фрагменті можемо зауважити формування метафори *завірюха економіки: Polska gospodarka powinna wyjść z globalnej zawieruchy niezbyt poturbowana* [W 2008, nr 32, s. 55]; *ураган демократії: Huragan demokracji* (підзаголовок) – стаття інформує про вибори в Південно-Африканській Республіці, у яких більшість голосів отримала партія Африканського Національного Конгресу. Ідеями партії є боротьба за демократичний напрям функціонування політичного механізму країни. Отже,

прихід демократичних сил характеризується ураганом: „*Właśnie widzieliście prawdziwy **huragan demokracji***” – mówił. – *Komentatorzy obawiają się jednak, że **huragan** może być w RPA demokracji pogrzebem* [W 2003, nr 17, s. 84]. Ураган належить до явищ, що приносять шкоду як природі, так і людям, тому метафора *huragan demokracji* набуває значення ‘руйнівна політична сила’. Метафора *pogrzeb demokracji* підсилює ефект оцінювання ситуації з погляду неуспішного розвитку ситуації.

Метафору *полицеський – це садівник* спостерігаємо у фрагменті: *Wyrwać chwasty zanim kwiaty wymrą* (заголовок): *W latach 90. policja amerykańska doszła do wniosku, że musi się również zająć drobniejszymi sprawami. **Ogrodnik** uprawiając **kwiaty** musi je podlewać i nawozić. Ale jeśli nie będzie zwracać uwagi na **chwasty**, kwiaty wymrą* [GW 2002, nr 8, s. 10]. Формується водночас метафора *злочинець – це бур’ян*.

Сферою джерела метафори природи можуть бути не тільки природні явища, рослинний, але й тваринний світ. За допомогою порівняння схрещеного динозавра з антилопою йменується різновид суспільно-політичного ладу – соціалізм: *Socjalizm, czyli skrzyżowanie **dinozaura z antylopą*** (підзаголовок): *Po 1990 roku Polska przez kilka lat uchodziła za prymusa przemian gospodarczych. Z czasem okazało się jednak, że ustrój gospodarczy III RP – był niczym **skrzyżowanie dinozaura z antylopą – hybrydą**. Hybrydą, w której sztucznie podtrzymywany **sojalistyczny dinozaur** coraz bardziej podgryzał młodą i rozwojową **antylopę**, czyli godpodarkę kapitalistyczną* [W 2003, nr 9, s. 11].

Стадії розвитку організму (ембріон і дракон) як стадії розвитку партії відображено в сегменті тексту: *Poczęcie nowej partii przez Andrzeja Olechowskiego, Macieja Płażyńskiego i Donalda Tuska wywołuje rozbieżne komentarze [...] Najbliższe wybory parlamentarne pokażą, czy **partyjny embrion** rozwinie się w **dzielnego smoka**, czy tylko w budząc chwilowe zainteresowanie **wielogłową ciele*** [W 2001, nr 3, s. 16]. Дракон як могутня й сильна тварина

уособлює ‘успішність’, ‘популярність’ партії, а образ багатоголового тетяти – це уособлення організму (організації) з багатьма лідерами.

Метафора серіалу

Аналізований матеріал засвідчує використання метафори серіалу. Поєднання сфер джерела політики й сфери мішені серіалу базується на ознаках: повторюваність однотипних подій, повільне розгортання ситуації, беззмістовні діалоги, розтягнутість у часі, незмінність персонажів. Підтвердженням є такі фрагменти: *Życie polityczne przypomina **serial wenezuelski** i w dziewięćdziesięciu procentach polega na głędzeniu* [W 2003, nr 16, s. 126]; *Ojczyzna w odcinkach, czyli gdzie **polski serial polityczny?*** (заголовок): *Szaleńcze rozpolitykowanie polskie nijak jednak nie przekłada się na żadne **polityczne seriale**, takie jak „Homeland” właśnie czy „House of Cards” – być może dlatego, że sama polityka jest w Polsce dość **kuriozalnym serialem**, który leci w mediach całą dobę, dlatego że **polityka** w Polsce stała się rodzajem **banalnej dość i buraczanej rozrywki**, nikt zatem nie potrzebuje już **fikcyjnego serialu politycznego*** [GW <http://wyborcza.pl/duzyformat> 05.02.2014]; [...] ***doktor Lubicz z serialu „Klan”** wydaje się bardziej realny niż Józef Oleksy z serialu SLD* [W 2004, nr 40, s. 122]. Метафорика серіалу зумовлює асоціації з фіктивною дійсністю, беззмістовними вчинками персонажів.

Метафора магії

Експресивність метафори магії зумовлюється концептуальним вектором неправдивості, нереальності, незрозумілості ситуації, оскільки магія – це певна сукупність обрядів, дій заради впливу на щось / когось, супроводжується оптичним обманом тощо. Використання сфери джерела магії, чаклунства цілком виправдане з авторської позиції увиразнення ефекту повідомлення та організації образного опису актуальних суспільних чи політичних подій: *Obama znów **zaczarował** Amerykę* [...] *Trzeba **niezłego magika**, żeby na wieczorze żałobnym powiało nadzieją, żeby znaleźć **jakikolwiek***

*sens w równie bezsensownej tragedii. Obama pokazał, że jest takim **magikiem*** [GW 2011, nr 12, s. 10]. Мова йде про виступ в університеті у штаті Арізона, у якому 2011 р. трапилася стрілянина й загинуло кілька осіб. Порівняння Б. Обама з чарівником, передусім, увиразнює його здатність красиво й переконливо публічно виступати. *To nadal ten sam Tusk, jedyny taki **czarodziej polityki. Ale króliki, które wychodzą z jego kapelusza** jakby jakieś wyliniały* [W 2012, nr 7, s. 6]. Зафіксовано й інші приклади: *Tuskowi magicy od politycznego marketingu wydają się co najmniej tak samo wypaleni jak ich szef* [wS 2013, nr 31 / 32, s. 31]; *Partia rządząca, która z **obywatelskością** ma tyle wspólnego, ile szklarz ze szklaną pułapką, nadmuchała sobie przed wyborami na szefa Platformy koła w Małopolsce. 433 osoby pojawiły się w strukturach PO jak **skinieniem czarodziejskiej różdżki**. Ot, **cud** Tuska* [wS 2013, nr 36 (40), s. 12]. Лексема *obywatelskość* зі значенням ‘риси хорошого, соціальнослухняного громадянина’ [246] прагматично вжита для натяку на партію *Platforma Obywatelska*. Використовуючи ад’єктив *obywatelska*, члени об’єднання постулюють ідею діяльності на користь громадян, зацікавленість суспільними проблемами. Натомість у статті ці характеристики піддаються сумніву.

Використання сфери джерела магії для сфери мішені політики цілком виправдане, оскільки образ політика-чаклуна наділений експресивним потенціалом характеристики особи як з позитивного, так і негативного боку. Політик як чарівник може здійснювати „неймовірні” речі, бути наділений особливими вміннями й бути популярним серед громадян, однак вектор оцінювання може скеровуватися на характеристику особи і з негативного погляду.

Переміщення мовних фактів між сферами у вищепроаналізованих метафорах показано на рисунку 3.4.:

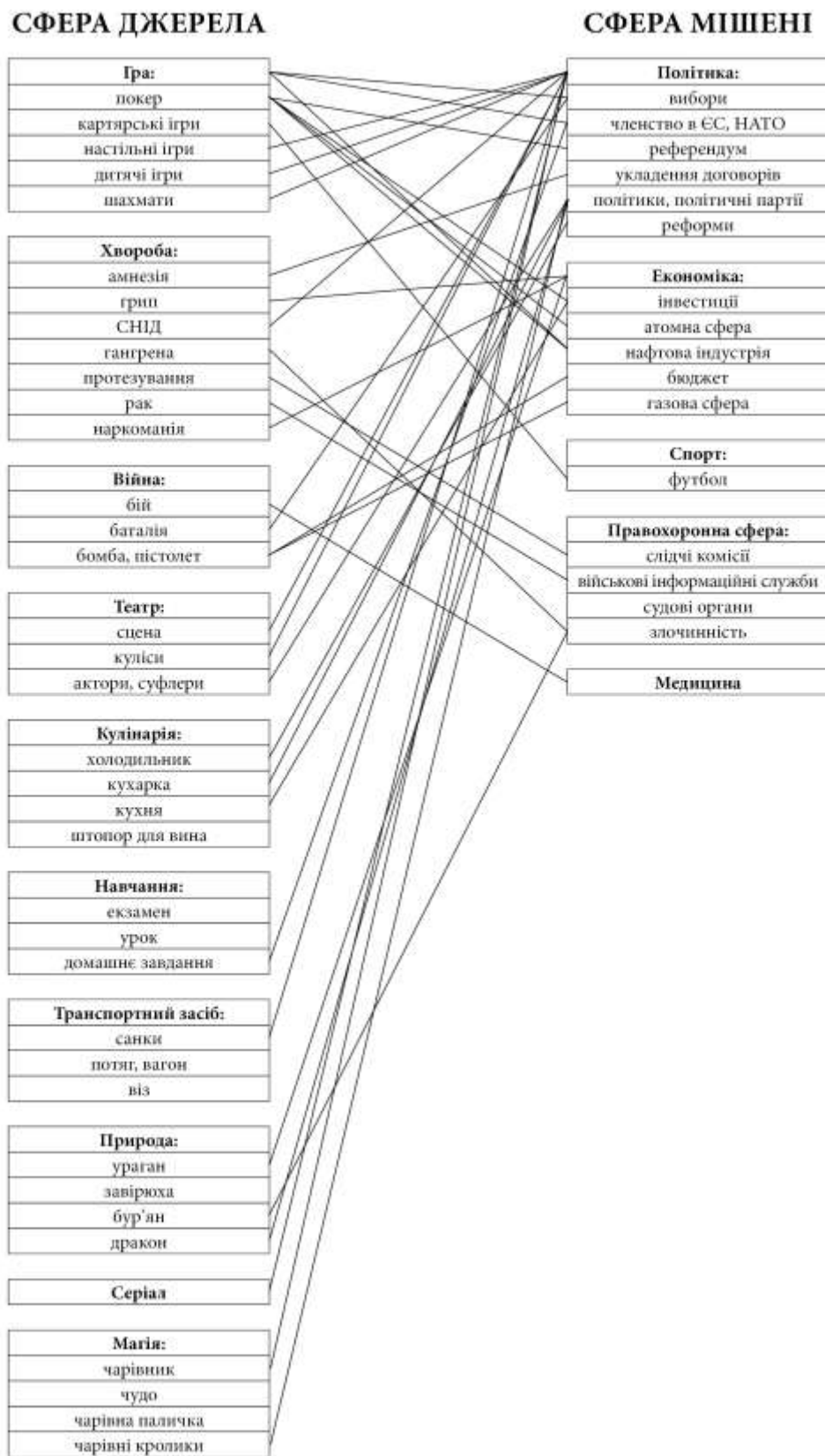


Рисунок 3.4. Перенесення мовних одиниць зі сфери джерела у сферу мішені для утворення метафоричних висловлень

3.2.2. Компаративні конструкції

Гаму емотивно-експресивних оцінок у текстах польських ЗМІ реалізують компаративні конструкції. Експресивність компаративних конструкцій базується на судженні, яке виникає як емоційна реакція щодо об'єктів і явищ реальної дійсності й імпліцитно вводиться в семантичну структуру порівняння [221, с. 53]. Авторське судження репрезентоване в лексичному значенні у вигляді актуалізованої факультативної семи. Носієм експресивного значення порівняння є компонент-*comparatum*. Вибір цього компонента, згідно з твердженнями А. Новаковської, залежить від кількох чинників: 1) сенсу, який повинен бути переданий через порівняння; 2) категорії об'єкта, що виступає в позиції *comparandum*; 3) стилістичного забарвлення [189, с. 82]. Саме від компонента-*comparatum* залежить розуміння й ефективність компаративної конструкції, тому в цій позиції повинні виступати лексеми, що репрезентують позамовну дійсність, добре відому мовній спільноті [189, с. 83].

Як показує аналізований матеріал, серед компаративних конструкцій у текстах сучасних польських ЗМІ можна виокремити різні групи.

До першої групи відносимо порівняння зі значенням інтенсивності ознаки. Ознака може виражатися експліцитно (через поширене порівняння): *Program udowadnia, że nasze społeczeństwo jest **zahartowane jak ruska stal i odporne jak tytanowe kalesony*** [W 2003, nr 22, s. 126] – суспільство ‘дуже загартоване’, оскільки російська сталь характеризується міцністю і стійкістю. *Dla domorosłych ekspertów było też **jasne jak zimowa noc w Petersburgu**, że Adam Małysz musiał zdobyć mistrzowski tytuł* [P 2001, nr 9, s. 16] – звернення до явища білих ночей у Санкт-Петербурзі. *Łapówka działa **lepiej i szybciej niż narkotyki** i nie trzeba do niej strzykawki do nosa* [W 2002, nr 12, s. 108] – хабар є ‘швидким засобом впливу’. *To co mówią w telewizji, jest często tak **odległe od rzeczywistości jak narkoman po złotym strzale lub szewc po wypłacie*** [W 2010, nr 33, s. 98] – *złoty strzał* у субкультурі наркоманів означає

‘смертельну дозу наркотиків’ [247], а образ шевця після виплати заробітної плати викликає асоціації з алкогольним сп’янінням. *Bank jak kasyno zawsze wygrywa* [wS 2015, nr 19, s. 112] – казино – місце азартних ігор, де виграш клієнта залежить від випадковості та контролюється механізмом роботи закладу. Банк теж є установою, яка функціонує на користь свого прибутку. *Zachodnia muzyka rozrywkowa była oszczędnie porcjowana jak kielbasa w zakładowych stołówkach* [W 2004, nr 48, s. 114] – звернення до ситуації 70 – 80 рр. XX ст., коли в радіоефірах Польщі рідкістю була іноземна музика, натомість звучали польські пісні. *Dziś Platforma rozłazi się jak stare prześcieradło i tylko demokracji w niej jak lodu* [P 2013, nr 3, s. 97] – розриватися як старе простирadlo – ‘легко руйнуватися’, як льоду – ‘багато’, пор. *mieć pieniędzy / forsy jak lodu* ‘мати дуже багато грошей’.

Експресивний заряд мають компаративні конструкції, інтенсифікована ознака яких виражена імпліцитно і сконденсована у значенні компонента-*comparatum*: *iPhone’y jak ciepłe bułeczki* [GW 2012, nr 21, s. 23] – в основі покладена ситуація швидкого продажу теплих свіжих булочок, з якою порівнюється продаж айфонів, тому порівняння як *теплі булочки* – ‘дуже швидко’. *Fabryczne hale zawalają się jak domki z kart* [Rz 2006, nr 33, s. 3] – побудовані з карт будиночки руйнуються з надзвичайною легкістю, тому порівняння виражає значення ‘дуже легко’. *Drogi jak ser szwajcarski* [GW 2002, nr 5, s. 1] – швейцарський сир відомий своїми великими дірками, які утворюються внаслідок спеціальної технології виготовлення продукту, та високою ціною. Дороги порівнюються зі швейцарським сиром на основі наявності дірок, тобто таким способом підкреслюється проблема поганого стану дорожнього покриття через утворення на проїжджій смузі вибоїн, або ж з високим кошторисом для укладання та ремонту доріг. Виникають семи ‘дуже поганий стан’ або ж ‘дуже дорого’. *Fortuna najbogatszego Brazylijczyka najpierw spuchła jak balon, a potem wyparowała jak kałuża na pustyni* [GW 2013, nr 16, s. 30] – надутися як повітряна куля – ‘дуже легко’ та

винаруватися як калюжа в пустині – ‘дуже швидко’. Czytelnikom też może wydać się nieco sztuczne zawieszanie osądu wobec polityka, który stał się tak znaną jakością na forum publicznym – w końcu Kaczyński od misięcy razem z bratem trzęsie tym krajem, a skutki **jak kręgi wędrujące po wodzie zdążyły już dotrzeć do bliższych stolic światowych** [Prz 2006, nr 28, s. 24] – кола на воді як реакція на потрапляння в неї якогось предмета, у переносному значенні – ‘відголосся якоїсь дії, вчинків’. Nie tylko dlatego, że jest najpiękniejsza na świecie, że roztapiam się w jej uśmiechu **jak maselko na słońcu**, że gdy patrzy na mnie swymi przenikliwymi ślepiami, to wiem, że czyta mnie **jak najlepszy skaner na amerykańskim lotnisku** [N <http://www.newsweek.pl/polska> 24.12.2014] – як масло на сонці – ‘дуже швидко’, як сканер в аеропорті – ‘дуже добре розуміти людину, її думки’.

Друга група представлена компаративами, експресивність яких реалізується через формування образної основи. Образна основа створює оцінне й емотивне значення порівняння, ґрунтується на змалюванні об’єкта повідомлення через моделювання образної характеристики. Образну основу можуть складати об’єкти рослинного, тваринного світу, залучаються також різні галузі життєдіяльності людини тощо. При цьому серед властивостей, які експресивно підкреслюються шляхом порівняння пропонуємо виділити підгрупи:

1. Зовнішні характеристики: *Martwi mnie premier. Wygląda coraz gorzej. Wygląda **jak zwinięta pietruszka** w dzień targowy* [Prz 2003, nr 38, s. 26] – ‘виглядати втомленим’. Персоніфікованого образу набуває Польща в контексті: *Nawet w mało erotycznej Polsce, która w opinii astrologów prezentuje się **jak stara baba z siatką w kolejce po ogórki kiszzone**, ładne ciała są w cenie i reklamowały już nie tylko mydła i szampony* [W 2002, nr 5, s. 108], де інтенсифікується сема ‘неприваблива жінка’. *Starszą zabudowę poprzetykano pionowymi klockami i sterczą **jak niedopałki w popielnicy z ledwo zapalonego***

papierosa [Prz 2004, nr 15, s. 90] – образно описується вигляд м. Варшава, яке забудовується хмарочосами.

2. Якісні характеристики: *Są [німкені – М. І.] jak czołgi i mają w sobie tyle ciepła, co mrożone paluszki rybne* [W 2006, nr 17, s. 122] – інтенсифікується сема ‘нечутливі, беземоційні жінки’. *Biednemu Jarubasiowi robi wbrew minister Sawicki, który działa na rolników jak szef Kompanii Węglowej na górników, płaczą na byka, a Kaczafi na lemingów* [wS 2015, nr 8, s. 10] – сема ‘**дуже** злити когось’. *Jak pijanego na ślizgawce* (заголовок): *Andrzej Kowalewski uważa, że PSL, wybierając system uproszczony, kupił przychyłność rolników słabych, których jest w Polsce większość. Natomiast rolnicy nowocześni, tworząc na wsi miejsce pracy, zostali zostawieni jak pijany na ślizgawce* [P 2003, nr 1, s. 21] – сема ‘безпорадність’. *Nikt w klasie nie był dobrym z chemii, ale ja byłem chyba największą nogą. Moja wiedza chemiczna jest do dziś jak brakujący pierwiastek w tablicy Mendelejewa* [W 2002, nr 20, s. 117] – сема ‘знання, якого немає; бути необізнаним у чомусь’. *Goście amerykańskiego prezydenta dzielą się na tych, którzy w takich sytuacjach dają wyraz swojemu zakłopotaniu, i na tych, którzy z rozkoszą dają się klepać po ramieniu jak ubodzy krewni zaproszeni do domu na święta* [Prz 2005, nr 7, s. 24] – сема ‘бути на нижчому фінансовому щаблі’. *Dużo mniej niż na przykład Milan Kundera, który pisząc o wszystkim dla wszystkich, stał się literackim światowcem buszującym w kulturze jak po swoistej łące* [W 2001, nr 10, s. 105] – сема ‘бути світовим, універсальним письменником’.

3. Характеристика сфери діяльності: *Choć dawno wiadomo, że premier nadaje się do rządzenia Polską tak jak walec do pielenia truskawek* [Prz 2003, nr 33, s. 26] – сема ‘не бути придатним до політичної діяльності’. *Bo brakuje w tym naszym zdenerwowanym świecie prawdziwej, „przeziętej” puenty. To jest jak z filmem, który nie może z braku końcowej sceny logicznie się skończyć. A tylko wtedy pojawiają się boskie napisy końcowe* [Prz 2004, nr 18, s. 28] – діяльність політиків порівнюється з фільмом без

логічного завершення, крім цього, формується метафора *політика – це фільм*. **Gospodarka jak cyrk** (заголовок): *Cyrk nie po to się przemieszcza z miejsca na miejsce, by zaspokajać niezbyt wyrafinowane gusty coraz nowych zastępców publiczności. Cyrk jest przede wszystkim wędrownym przedsiębiorstwem, które daje przedstawienia tam, gdzie można zarobić. Gospodarka unijna musi być **jak wędrowny cyrk**. Z produkcją do miejsc, gdzie wytwarza się taniej, a zysk może być większy, wędrują nie tylko firmy francuskie czy niemieckie, ale także amerykańskie, japońskie i koreańskie. Cały świat wędruje* [Prz 2005, nr 8, s. 20] – економіка, яка орієнтується на ринки збуту, порівнюється з мандрівним цирком, тому варто в цьому прикладі також виділити метафору *економіка – це цирк*.

Третю групу складають компаративні структури, основа порівняння яких має характер натяку на історичні події, історичних осіб, персонажів літератури тощо та відсилає до набутих знань інтерпретатора: *Polska kocha Amerykę, mimo że ojczyzny Elvisa nie odróżnia nas za bardzo od Albanii. **Tak jak Mieszko I przyjął z Rzymu chrześcijaństwo, tak my przyjęliśmy z Waszyngtonu Halloween i walentynki*** [W 2002, nr 10, s. 116]. *W razie spadku popularności najsłabsi, najbardziej kontrowersyjni lub najbardziej pechowi będą, **jak bojarzy Piotra I, poświęceni na ołtarzu osobistej popularności cara*** [Rz 2008, nr 96, s. A16] – образ привілейових прав бояр Петра I переноситься на сучасних політиків. *Niepozytywni bohaterowie jego utworów pisanych przymiotnikową prozą albo prozą mówioną – a mogą nimi być totalitaryzm, komunizm, Kiszczak, Rydzyk, Rokita – po operacji pisarskiej Michnika stają się przed nami w całej swej bezbronności nadzy **jak król z bajki Andersena*** [Prz 2003, nr 41, s. 26] – у порівнянні актуалізується образ голого короля з казки Г. К. Андерсена „Нове вбрання короля”. Викриття шахрайського пошиття невидимого одягу й нагість короля стає основою порівняння статей журналіста А. Міхніка як таких, що викривають приховану правду про політичну діяльність. Також існує вислів *król jest nagi* зі значенням ‘ствердження очевидного, того, що інші не хочуть визнати за дійсність’.

*Mieszkańcy Białogardu, rodzinnego miasta prezydenta Kwaśniewskiego, **niczym obywatele starożytnych Aten** mieli prawo się wypowiadać publicznie podczas sesji rady miasta* [P 2001, nr 17, s. 80] – в основу порівняння покладено відомості про демократичну форму правління, яка побутувала у Стародавніх Афінах. Згідно з тогочасними демократичними засадами жителі мали право волевиявлення під час спеціально організованих зборів. А „*Gazeta Wyborcza*” *odświeżyła layout. Hm, nie chcemy się czepiać, ale to trochę **jak wymiana porcelany na Titaniku*** [wS 2014, nr 4 (60), s. 6] – заміна порцеляни на кораблі, який тоне, набуває значення ‘безрезультативної, безглуздої роботи’. *Awanturę zrobił mu ksiądz patriota Kazimierz Sowa. Hm, Kaziu faktycznie jest **jak ortodoksyjny rabin pilnujący koszerności**, wytępi każdą nieprawomyślność* [wS 2014, nr 4 (60), s. 6]. Порівняння ґрунтується на відомостях з єврейської культури. Інтерпретатор повинен бути обізнаним з поняттям *koszerności* (*kaszut* – норми, пов’язані з харчуванням: заборона вживати свинину, використовувати в цілях харчування кров тварин тощо). Внаслідок цього, порівняння набуває значення ‘той, хто стежить за дотриманням певних релігійних норм’.

Як підтверджують аналізовані приклади, компаративні конструкції є продуктивним джерелом створення експресивного ефекту в медійному просторі. Базуючись на перехрещенні двох сфер – опису об’єкта повідомлення (компонента-*comparandum*) через понятійну сферу в позиції компонента-*comparatum*, відбувається перехрещення номінації й експресивності. Джерело експресивності у структурі порівняння відіграє компонент-*comparatum*, який конденсує оцінне значення.

3.2.3. Оксиморони

З розвитком когнітивного підходу до вивчення комунікативного акту, природа формування оксиморона переосмислюється й трактується як актуалізація певних концептів, „тенденція до осмислення буття в категоріях,

що знаходяться на різних онтологічних полюсах” [29, с. 136]. При цьому дві категорії пізнання дійсності поєднуються для створення третьої, що й є виразником експресивного ефекту оксиморона.

Якщо в художній літературі основне функціональне навантаження оксиморона базується на образному моделюванні аспектів художньої дійсності, то медійні оксиморони насамперед виділяються з потоку інформації. Виступаючи в ролі заголовка статті, оксиморон привертає увагу читача й скеровує її. Ефект контрасту, що виникає внаслідок вживання оксиморона, передає оцінні характеристики позначуваного. Оксиморон спонукає до прочитання статті з метою розгадки закодованого в контрасті смислу. Заголовок-оксиморон дає тільки тематичний вектор описуваної ситуації, мотивація ж контрастування зрозуміла виключно з контексту. Як можемо показати на ілюстративному матеріалі: ***Bezpłatna drożyzna*** (заголовок): *Ile kroć jadę pociągami Intercity i słyszę, że PKP oferuje mi bezpłatny poczęstunek, zastanawiam się, dlaczego ktoś chce zrobić ze mnie idiotę. Pamiętam przecież, że przed chwilą **słono zapłaciłem** za bilet, więc nie tylko za „bezpłatny” poczęstunek [...] [W 2002, nr 17, s. 3]; ***Kosztowna darmocho*** (заголовок): *Promocja polega zwykle na tym, że jak kupisz dziesięć keczupów, to jedenasty dostaniesz za darmo. Jak wypijesz w ciągu pięciu minut pięć kaw, to szósta za darmo [...] Jak coś jest **za darmo**, to bądź pewny, że **zapłacić** za to **podwójnie** [W 2003, nr 26, s. 110] – два наведені оксиморони кодують значення ‘те, що є безплатним, насправді оплачується вдвічі більше’. ***Dynamiczny bezruch*** [W 2003, nr 22, s. 17] – інформація про те, що зміна політичних сил не змінює способу здійснення політичної діяльності у країні, закодовується значення ‘зміна не приносить змін’. ***Normalne wariactwo*** (заголовок) – оксиморон у конкретному випадку є елементом організації тексту, засобом когерентності, на підставі обігрування вибраних лексем – *wariactwo*, *normalność*. Підтвердженням цього є рядки: *Ludowe powiedzenie mówi: „Nie rób z tata wariata!” Wysocy urzędnicy państwowi pytani o to, dlaczego nie zwrócili się do***

*prokuratury, gdy dowiedzieli się, że Rywin przyszedł do Michnika, zaproponować mu haracz za ustawę, powtarzali, że pomyśleli, iż Rywin **zwariował** [...] Ci, którzy próbują nam wmówić, że Rywin **zwariował**, zwyczajnie robią z nas **wariata** [...] Niezapomnialny psychiatra prof. Antoni Kępiński często się zastanawiał, kto w dzisiejszych czasach jest **normalny**. I odpowiadał, że za **normalne** uchodzi to, co jest akurat **nienormalne**. Tyle że różne **nienormalne** większości potrafią wymusić traktowanie **nienormalności** jako normy. Żeby zneutralizować tych, którzy dostrzegają **nienormalność** ich **normalności** [W 2003, nr 36, s. 3].*

Оксиморон є „засобом актуалізації конотації абсурдності” [29, с. 136]. Абсурдність виникає на підставі когнітивного дисонансу під час сприйняття значень двох лексем поєднаних у єдину синтаксичну структуру. Значення двох лексем заперечують одне одного й у процесі заперечення виникає новий смисл позначуваного об’єкта чи поняття.

Оксиморон активно вживається для побудови заголовків статей. Наприклад: ***Mądra głupota*** [W 2003, nr 46, s. 70]; ***Piękna ohyda*** [W 2004, nr 18, s. 3]; ***Jawna tajemność*** [W 2004, nr 39, s. 68]; ***Jawne chowanie*** [W 2005, nr 23, s. 3]; ***Gorący mróz*** [W 2005, nr 27, s. 64] тощо. Якщо незрозумілий оксиморон, ужитий у позиції заголовка, спонукає читача до прочитання статті, то реалізується іллокутивна інтенція автора вплинути на свідомий (або підсвідомий) рівні процесу пошуку цікавої для читача інформації.

Оксиморони виконують функцію перифраз – непрямого найменування осіб з чітко вираженим оцінним значенням. Наприклад: ***Odważny tchóż*** [W 2003, nr 28, s. 16] – політик Л. Міллер; ***Optymistka rozpaczy*** [W 2004, nr 25, s. 3] – американська поетеса С. Плат, яка, переживаючи депресію, вчинила самогубство; ***Bezgrzesna grzesznica*** [W 2003, nr 38, s. 106] – німецька актриса та кінорежисер Л. Ріфеншталь.

Отже, оксиморон у текстах ЗМІ виконує роль актуалізатора уваги читача внаслідок семантичного контрасту, парадоксальності судження.

ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ

Об'єктом дослідження третього розділу стали мовні засоби, експресивність яких ґрунтується на семантичних показниках. Семантичні засоби експресивізації в текстах польських ЗМІ виникають як наслідок увиразнення конотативного значення, яке відіграє визначну роль під час передачі інформації, та набуття денотативним планом переносного значення.

1. У результаті аналізу фактичного матеріалу продемонстровано способи досягнення експресивності завдяки семантичній модифікації ономастичних одиниць. Виділено групу КО, плюративних форм ВН та онімів-*comparatum*. КО імпліцитно виражають прагматичний та експресивний потенціал ВН за допомогою актуалізації її конотативного значення. У процесі класифікації КО зроблено спробу виділення основних синтаксичних моделей: другий X, новий X, ад'єктив X (*drugi Gierek, Nowy van Rompuu, polski Škvorecký*); X з Y (*Pavarotti ze Śląska*), X в Y / X над Y (*Irlandia nad Wisłą, Ameryka w Polsce*); X чогось (*Neapol Bliskiego Wschodu*); X, тобто Y (*Hiszpania, czyli mała Ameryka Europy*). Утворення плюративних форм ВН полягає в узагальненні імпліцитно виразного образу (*Judymowie, Małyszy, Majewscy, Lepperzy, Piotrowicze*). Експресивність реалізується через прийом семантичної конденсації значення. ВН у позиції компонента-*comparatum* компаративних структур виконують роль домінантних елементів з набором сем-характеристик (*Skromny jak Wałęsa, Warszawa jak Budapeszt*).

2. На основі результатів аналізу можемо припустити, що основною функцією тропів у медійних текстах є прагматичне виділення повідомлення із суцільного потоку інформації. Метафора є способом передачі інформації через категоризацію дійсності. До продуктивних концептуальних метафор сучасного польського медійного простору належать такі: гри (*szkocki poker premiera Davida Camerona*), хвороби (*proteza państwa prawa*), війни (*kolejowa bomba długów zaczyna tykać*), театру (*polityczna scena*), кулінарії (*reforma do zamrażarki*), навчання (*„zadania domowe” zlecone przez Sojusz*), транспортного

засобу (*regionalny pociąg z funduszami*), природи (*huragan demokracji*), серіалу (*życie polityczne przypomina serial wenezuelski*), магії (*Obama pokazał, że jest takim magikiem*).

3. Серед аналізованих компаративних конструкцій у текстах ЗМІ функціонують компаративні конструкції зі значенням інтенсивності ознаки (*wyspa jak wulkan gorąca*), а також образні компаративні конструкції (*jak pijanego na ślizgawce*) та алюзивні компаративні конструкції (*Mieszkańcy Białogardu niczym obywatele starożytnych Aten*).

4. Оксиморон у текстах ЗМІ насамперед привертає увагу, деавтоматизує сприйняття повідомлення. Ефект контрасту, що виникає на основі поєднання протилежних за значенням лексем, передає оцінні характеристики позначуваного (*piękna ohyda, rajskie piekło*).

ВИСНОВКИ

1. У дисертації пропонуємо дотримуватися твердження, що експресивність – це властивість мовного і / або мовленнєвого рівня, результат підсиленої виразності мовного знака, експресія – процес підсилення виразності мовного знака, притаманний спонтанному непідготовленому мовленню і ґрунтується на емоційних реакціях мовця, експресивізація – вмотивована лінгвокреативна діяльність, спрямована на вираження інтенцій автора висловлювання, що характерна свідомому, попередньо підготовленому усному чи письмовому тексту й покликана зумовити когнітивний дисонанс у читача тексту для активізації його уваги. Мовні засоби експресивізації текстів ЗМІ – це мовні активізатори уваги читача, які виділяються на тлі тексту своєю новизною, нестандартністю вживання.

У текстах польських ЗМІ (в таких, як: *Gazeta Wyborcza*, *Newsweek Polska*, *Polityka*, *Przekrój*, *Przegląd*, *Rzeczpospolita*, *Wprost*, *wSieci*) зафіксовано понад 2500 випадків експресивно-маркованого вживання мовних одиниць, експресивність яких залежала або від вузького лінійного контексту, або ж від широкого соціолінгвістичного контексту. Спостережено, що нестандартне слововживання та креація нових мовних фактів в аналізованих медійних каналах Польщі реалізується через структурно-семантичні механізми (модифікація мовних засобів на структурному рівні, що супроводжується видозміною зовнішньої форми мовної одиниці, актуалізацією внутрішньої форми, асоціативним натяком, мовною грою, каламбуром тощо) та через виключно семантичні механізми (формування конотативного значення, перерозподілу семантичного навантаження, актуалізацію одних сем на тлі нейтралізації інших) під час вживання будь-якого класу мовних одиниць. Це спостереження детермінувало розрізнення структурно-семантичних та семантико-стилістичних засобів експресивізації.

2. Аналіз виявив, що структурно-семантична мовна експресивізація здійснюється на основі стійких словосполучень, оказіональних неологізмів, власних назв та алюзивних висловлень.

Підтверджено, що незважаючи на первинний увиразнений характер, стійкі словосполучення в польських медіа-текстах зазнають авторських втручань у їхню структуру, найчастіше формальну, що зумовлює виникнення трансформованих одиниць. Опрацювання зібраних стійких словосполучень виявило такі явища їх авторського вживання: процес трансформації одиниць з метою введення нової інформації, процес інтенсифікації для підкреслення змісту та процес моделювання фразеологічних новотворів. Визначено, що трансформація ґрунтується на введенні в лінійний контекст лексем зі спільної лексико-тематичної групи конкретного компонента стійкого словосполучення для обігрування семантики, субституції – заміни одного з компонентів стійких словосполучень. Процес інтенсифікації змісту, у свою чергу, реалізується через додавання ад'єктивів зі значенням інтенсивності ознаки, контамінацію двох стійких словосполучень, створення фразеокомплексів. Для аналізу оказіональних фразеологічних уживань було залучено метод фразеологічного моделювання, який полягає в пошуку синонімічних кодифікованих фразеологізмів на основі структурно-семантичних, структурних або ж мотиваційних моделей. Відтак встановлено випадки моделювання словосполучень зі значенням абсурдності подій, словосполучень, що позначали неефективну, непотрібну й безглузду роботу, або словосполучення, центрами мотиваційних моделей яких виступали образи побутових предметів.

3. Оказіональні неологізми піддані ономасіологічному аналізу, який дав змогу простежити мотивацію творення лексем і словосполучень у відношенні від *автора* до *мовної одиниці*. Ономасіологічний аналіз показав, що оказіональні неологізми є якісно новими утвореннями на базі ономасіологічних структур, що функціонують у польській мові. Зафіксовано

продукування лексем за допомогою таких словотворчих елементів: *-acja*, *-enie*, *-izm / -yzm*, *-ość*, *-owiec*, *-ówka*, *-yzna / -izna*, *-yca*, *-żerca*, *-euro*, *-eko*, *-holizm / -holicy*, *-kracja*, *-ciarnia*, *-bójstwo* тощо, серед яких є лексеми, похідні як від апелятивних, так і від ономастичних одиниць, тобто активним процесом виступає апелятивізація.

В окремі групи виділено okazіональні словосполучення та графічні okazіональні вживання слів. Okazіональні словосполучення – це такі новотвори, які поєднують значення пропорційних меж двох понять і формують якісно нове утворення з емотивно-оцінним змістом. Часто вони виникають за аналогією до наявних словосполучень, пристосованих до відповідного контексту.

Графічне okazіональне вживання слів впливає із загальної тенденції до візуалізації в масових періодичних виданнях та є специфікою постмодерністської літератури. До цієї групи віднесено випадки моделювання словосполучення за допомогою „вмонтовування” двох лексем одна в одну на основі спільного кореня. При цьому виникає одна структура з двома значеннями, яка, по-перше, відповідає закону мовної економії важливим для газетного й журнального тексту, та, по-друге, зосереджує на собі погляд читача. Такий спосіб побудови висловлювання підтверджено й прикладами з поезії сучасних письменників постмодерністів.

4. Багатим на експресивне вживання в польських ЗМІ виявився ономастикон. Ономастичні одиниці піддано аналізу як за критерієм структурно-семантичної, так і семантико-стилістичної експресивізації, тобто власні назви були об’єктами дослідження і в другому, і в третьому розділах дисертації. Очевидно, оперуючи фактами, подіями, змальовуючи осіб-учасників різноманітних суспільно-політичних ситуацій, ономастичні одиниці є тими мовними одиницями, які з високою частотністю використовуються у статтях. Вторинне вживання власної назви в газетах і журналах зазнає трансформації. Встановлено, що трансформація

здійснюється на основі зовнішньої форми та з метою актуалізації внутрішньої форми ВН. Зафіксований прийом алюзивно-онімної контамінації полягає у схрещуванні двох онімів (найчастіше імені та прізвища двох різних власних назв) у двокомпонентну онімну конструкцію або ж двох онімів в однокомпонентну конструкцію. Аналіз фактичного матеріалу засвідчив, що експресивізація торкається антропонімів, топонімів, астіонімів, акронімів тощо. Експресивізація акронімів відбувається внаслідок „розшифрування” їх у такий спосіб, що один з компонентів замінюється відносно схожим за звучанням компонентом з оцінно-емотивним значенням. У текстах польських газет і журналів відбувається утворення прізвиськ. Аналіз фактичного матеріалу засвідчив кілька способів креації прізвиськ, як-от: породження назв за моделлю ім'я + прізвисько + прізвище, (у якій прізвиськом може бути фраза, яку було вжито під час публічного виступу особи, або усічена форма прізвища, наприклад: *Grzegorz „No mercy” Schetyna*), ім'я + числівник + прізвисько або прізвище денотата (назв на кшталт найменувань польських королів або ж форм звертання до титулованих осіб, наприклад: *Robert I Złotonogi*), ім'я + прізвисько (де роль прізвиська відіграє ад'єктив як увиразнення певної риси характеристики денотата, наприклад: *Steven Wielki*).

5. Проаналізований фактичний матеріал дав підставу для виділення алюзій як окремої групи структурно-семантичних мовних засобів експресивізації. Роль алюзій виконують назви та цитати з творів художньої літератури, з кінофільмів, музичних творів, а внаслідок чого розрізнено інтертекстуальні алюзії й інтермедіальні алюзії. При цьому перелічені засоби вживаються у видозміненому вигляді, що зумовлює їхню здатність подвійної імплікації значення, виникнення асоціативного натяку на прототекст, творення інтертексту, поєднання різностильових елементів. Інтертекстуальні алюзії поділено на літературні, ідеологічні та музичні. Серед інтермедіальних алюзій зафіксовано натяки на кінострічки, мультиплікаційні фільми, а також рекламні ролики. Аналіз засвідчив, що активною групою алюзій є натяки на

художні твори польської літератури. Відтак зафіксовано часте відсилання читача до творів М. Рея, Я. Кохановського, А. Міцкевича, Ю. Словацького, С. Жеромського, Я. Твардовського, Ю. Тувіма, Я. Івашкевича та ін. Крім цього, зафіксовано звернення до творів арабської, французької, німецької, американської літератури, що свідчить про те, що тексти розраховані на ерудованого читача, який повинен розгадати загадку натяку. Оскільки експресивний ефект виникає не тільки внаслідок механічного зауваження іншого, „чужорідного” фрагмента, але й за умови володіння інформацією про загальний смисловий масив тексту-джерела алюзії.

6. У результаті аналізу фактичного матеріалу продемонстровано випадки вживання мовних одиниць з імпліцитною експресивністю. Така імпліцитна експресивність проілюстрована вживаннями власних назв і тропеїчних мовних засобів.

Набуття експресивно-семантичного напруження відбувається внаслідок перегрупування семантично другорядних елементів значення на домінантні в певному контексті позиції. Так, виникають конотативні оніми з увиразненою конотемою. У ході аналізу спостережено, що власні назви вживаються в межах певних синтаксичних моделей, у яких реалізують різні показники, наприклад: порядковість – першість / другорядність (*другий X*, наприклад, *drugi Kuwejt*), якість – старий / новий (*новий X*, наприклад, *powu van Rompuu*), категорійний зсув на основі національної належності (*польський X*, наприклад, *polski Škvorecký*), територіальної належності (*X з Y*, *X в Y*, наприклад, *Dostojewski z Afryki*) та пояснення одного явища через інше (*X, тобто Y*, наприклад, *Hiszpania, czyli mała Ameryka Europy*).

Плюративні форми власних назв утворюються від прецедентних імен та функціонують як символічний образ денотата. Значення множини можуть набувати реальні імена та фіктивні персонажі, які в польській мовній свідомості є носіями узагальнених рис (наприклад: образ успішного спортсмена, борця за справедливість тощо).

Власні назви як компоненти-*comparatum* порівнянь виконують роль домінантних елементів з набором сем-характеристик. Функціонують найчастіше за моделями *ad'єктив* як *X* (наприклад: *hojny jak Komorowski*), *X* як *Y* (наприклад: *Miller jak Nazarbajew*) тощо.

7. Метафоричні утворення в польських медіа-текстах проаналізовано з погляду когнітивізму як перенесення лексеми зі сфери джерела до сфери мішені. При цьому когнітивна метафора є способом передачі інформації через категоризацію дійсності. Аналіз виявив активне утворення метафор *гри, хвороби, театру, кулінарії, навчання, транспортного засобу, природи, серіалу, магії* для опису подій і ситуацій зі сфери *політики, економіки, спорту, медицини* тощо.

У польських газетних і журнальних текстах активно утворюються компаративні конструкції. Джерело експресивності у структурі компаративної конструкції відіграє компонент-*comparatum*, який конденсує оцінне ставлення. У результаті дослідження виокремлено компаративні конструкції зі значенням інтенсивності ознаки, з образними характеристиками об'єкта повідомлення та такі порівняння, які є натяком на історичні події, персонажів художньої літератури тощо.

Оксиморон у текстах ЗМІ насамперед привертає увагу читача, але „приховує” інформацію через часто незрозуміле протиставлення. Аналіз польських текстів ЗМІ виявив, що активною позицією оксиморона є заголовок статті, де стилістична фігура задає тематичний вектор описуваної ситуації, а мотивацію контрастування читач може зрозуміти тільки після прочитання тексту.

Перспективою подальших досліджень вважаємо аналіз засобів експресивізації на синтаксичному рівні. Цінним могло б стати дослідження ефективності тих чи тих мовних одиниць з метою привертання уваги читачів медійних текстів із залученням прийомів соціолінгвістичного дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аврорин В. А. Проблемы изучения функциональной стороны языка (к вопросу о предмете социолингвистики) [Текст] / В. А. Аврорин. – Ленинград: Изд-во „Наука”, 1975. – 276 с.
2. Арнольд И. В. Интерпретация художественного текста: типы выражения и проблема экспрессивности [Текст] / И. В. Арнольд // Экспрессив. средства англ. языка. – Ленинград, 1975. – С. 11 – 20.
3. Арнольд И. В. О стилистической функции [Текст] / И. В. Арнольд // Вопросы теории англ. и рус. языков: Учен. записки. – Ленинград, 1970. – Т. 471. – С. 3 – 12.
4. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры. – Москва : Прогресс, 1990. – С. 5 – 32.
5. Аскерова І. А. Семантичне поле назв емоційно-афективних станів у польській мові [Текст] : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.03 / І. А. Аскерова. – Київ, 2006. – 230 с.
6. Баландіна Н. Ф. Функціонально-прагматичний і лінгвоментальний аналіз чеських прагматичних кліше [Текст] : автореф. дис. ... д-ра. філол. наук: спец.: 10.02.03 / Н. Ф. Баландіна. – Київ, 2003. – 38 с.
7. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества [Текст] / М. М. Бахтин / Сост. С. Г. Бочаров – 2-е изд. – Москва : Искусство, 1986. – 445 с.
8. Берн Е. Ігри, у які грають люди [Текст] / Е. Берн; пер. з англ. К. Меншикової. – Харків : Клуб сімейн. дозвілля. – 255 с.
9. Білоноженко В. М. Функціонування та лексикографічна розробка українських фразеологізмів [Текст] / В. М. Білоноженко, І. С. Гнатюк. – Київ : Наук. думка, 1989. – 154 с.
10. Бойко Н. І. Конотативна лексична семантика: інтенсивний і параметричний складники [Текст] : монографія / Н. І. Бойко, Т. Л. Хомич. – Ніжин : Вид-во НДУ ім. М. Гоголя, 2011. – 167 с.

11. Бойко Н. І. Критерії виділення експресивної лексики [Текст] / Н. І. Бойко // Гуманітарний вісн. Сер. Іноземна філологія: Проблеми сучасн. світ. літ. та лінгвістики. – Черкаси : ЧІТІ, 2000. – Число 4. – С. 100 – 105.
12. Бойко Н. І. Типи лексичної експресивності в українській літературній мові [Текст] / Н. І. Бойко // Мовознавство. – 2002. – № 2 – 3. – С. 10 – 21.
13. Бойко Н. І. Українська експресивна лексика: семантичний, лексикографічний і функціональний аспекти [Текст] : монографія / Н. І. Бойко. – Ніжин : ТОВ “Вид-во “Аспект-Поліграф”, 2005. – 552 с.
14. Болотов В. И. К вопросу о значении имен собственных [Текст] / В. И. Болотов // Восточ.-славян. ономастика. – Москва : Наука, 1972. – С. 333 – 345.
15. Бондаренко А. М. Поетична мова В. Стуса (експресеми емотивного змісту) [Текст] : дис. ... канд. філол. наук: спец.: 10.02.01 / А. М. Бондаренко. – Київ, 1996. – 211 с.
16. Васильев Л. М. „Стилистическое значение”, экспрессивность и эмоциональность как категории семантики [Текст] / Л. М. Васильев // Проблемы функционирования языка и специфики речевых разновидностей: Междувуз. сб. науч. тр. – 1985. – С. 3 – 9.
17. Васильев Л. М. К вопросу об экспрессивности и экспрессивных средствах [Текст] / Л. М. Васильев // Славян. філол. сб. – Уфа, 1962. – С. 107 – 118.
18. Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография [Текст] / В. В. Виноградов. – Москва : Изд-во „Наука”, 1977. – 312 с.
19. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки [Текст] / Е. М. Вольф. – Москва : Наука, 1985. – 227 с.
20. Галкина-Федорук Е. М. Об экспресивности и эмоциональности в языке [Текст] / Е. М. Галкина-Федорук // Сб. статей по языкознанию. – Москва, 1958. – С. 103 – 124.

21. Гнезділова Я. В. Емоційність та емотивність сучасного англомовного дискурсу: структурний, семантичний і прагматичний аспекти [Текст] : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Я. В. Гнезділова. – Київ, 2007. – 291 с.
22. Григораш А. М. Фразеологические инновации в современной публицистике Украины : (на материале русскоязыч. и украиноязыч. прессы 1990-х – 2000-х годов) [Текст] : монографія / А. М. Григораш. – Киев : Знання України, 2008. – 439 с.
23. Гумбольдт В. фон Избранные труды по языкознанию [Текст] / В. фон Гумбольдт; пер. с нем. Г. В. Рамишвили / Общ. ред. Г. В. Рамишвили; послесл. А. В. Гулыги и В. А. Звегинцева. – Москва : ОАО ИГ „Прогрес”, 2000. – 400 с.
24. Гурко М. З. Категория интенсивности в современной немецкой фразеологии (на материале фразеологических единиц тематической группы „интеллектуальные способности человека”) [Текст] : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. / М. З. Гурко. – Київ, 2006. – 197 с.
25. Даниленко Л. І. Лексико-семантичні інновації в сучасній чеській мові [Текст] / Л. І. Даниленко // Мовознавство. – 2001. – № 3. – С. 104 – 112.
26. Дашенко Н. Експресивні засоби газетного дискурсу [Текст] / Н. Дашенко // Лінгвостилістика: об'єкт – стиль, мета – оцінка : зб. наук. праць, присвяч. 70-річчю від дня народж. проф. С. Я. Єрмоленко / Відп. ред. акад. НАН України В. Г. Склярєнко. – Київ, 2007. – С. 316 – 323.
27. Дергач Д. В. Стилїстика онімів в українських мас-медіа [Текст] : монографія / Д. В. Дергач. – Київ : Видав.-поліграф. центр „Київ. ун-т”, 2010. – 270 с.
28. Дорогович Н. О. Експресивна наснага поезії українського резистансу (лексико-семантичний аспект) [Текст] / Н. О. Дорогович / Вісник Прикарпат. нац. ун-ту. Філол. (Мовознавство). – Випуск ХХІ – ХХІІ. – Івано-Франківськ : Прикарпат. нац. ун-т ім. В. Стефаника, 2009. – С. 179 – 183.

29. Дорогович Н. О. Мовна експресія в художніх текстах українського резистансу 40 – 50-х років XX століття [Текст] : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. / Дорогович Н. О. – Івано-Франківськ, 2013. – 282 с.
30. Дука Л. І. Прагматичний потенціал онімів та способи його актуалізації в тексті [Текст] : автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.02. / Л. І. Дука. – Дніпропетровськ, 2002. – 18 с.
31. Ермоленко С. С. Проблемы изучения экспрессивных единиц языка [Текст] / С. С. Ермоленко // Современ. зарубеж. языкознание: вопросы теории и методологии. – Київ : Наук. думка, 1983. – С. 140 – 159.
32. Ермоленко С. Я. Нариси з української словесності: (стилістика та культура мови) [Текст] / С. Я. Ермоленко. – Київ : Довіра, 1999. – 431 с.
33. Звегинцев В. А. Семасиология [Текст] / В. А. Звегинцев. – Москва : Из-дво Москов. ун-та, 1957. – 324 с.
34. Земская Е. А. Словообразование как деятельность [Текст] / Е. А. Земская. – Изд. 3-е. – Москва : Изд-во ЛКИ, 2007. – 224 с.
35. Зимовець Г. В. Семантичні особливості власних назв [Текст] / Г. В. Зимовець // Наук. записки. Сер. Філологія. – 2010. – Вип. 13. – С. 250 – 256.
36. Зонтаг С. Хвороба як метафора. СНІД та його метафори [Текст] / С. Зонтаг; пер. з англ. Т. Бойко. – Київ : Вид-во Жупанського, 2012. – 162 с.
37. Ідзьо М. В. Ekspresywne innowacje leksykalne na łamach współczesnej polskiej prasy / М. В. Ідзьо // Глухів. наук. читання – 2015. Актуал. питання суспіл. та гуманітар. наук : матеріали V Міжнар. інтернет-конф. молодих учених і студентів, 25 – 27 листоп. 2015 року, Глухів. – Глухів : РВВ Глухівського НПУ ім. О. Довженка, 2016. – С. 167 – 170.
38. Ідзьо М. В. Алюзія як засіб експресивного ефекту в текстах польських ЗМІ [Електронний ресурс] / М. В. Ідзьо // Мовний простір слов'янського світу: досвід і перспективи : тези доп. II Всеукр. міждисциплін. конф. студентів, аспірантів і молодих учених, 27 трав. 2016 р., Київ. – Київ : НаУКМА, 2016. –

С. 27 – 30. – Режим доступу:

<http://www.ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/9525> (10 січ. 2017 р.).

39. Ідзьо М. В. Експресивний ономастикон у текстах польських ЗМІ / М. В. Ідзьо // Лінгвістика : зб. наук. праць. – Старобільськ, 2015. – № 1 (32). – С. 123 – 130.
40. Ідзьо М. В. Експресивні можливості фразем у текстах польських ЗМІ (2001–2015 рр.) / М. В. Ідзьо // Караз. читання: Людина. Мова. Комунікація. 2016-й – рік англійської мови : тези доп. XV наук. конф. з міжнар. участю, 5 лют. 2016 р., Харків. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2016. – С. 55 – 56.
41. Ідзьо М. В. Засоби експресивізації текстів сучасного мас-медійного дискурсу / Мар'яна Ідзьо // Польські студії. – 2014. – № 7. – С. 172 – 180.
42. Ідзьо М. В. Оцінно-експресивна наснага публіцистичного тексту (на матеріалі сучасної польської преси) / М. В. Ідзьо // Компарат. дослідж. слов'ян. мов і літератур: Пам'яті акад. Л. Булаховського : зб. наук. пр. – Київ, 2014. – Вип. 24. – С. 66 – 74.
43. Ідзьо М. В. Способи досягнення емотивно-експресивного ефекту текстів польської преси / М. В. Ідзьо // Наук. записки Нац. ун-ту „Остроз. акад.”. Сер. „Філологія” : зб. наук. пр. – Острог, 2014. – Вип. 49. – С. 186 – 188.
44. Ідзьо М. В. Стилiстичні засоби експресивізації (на матеріалі текстів сучасних польських ЗМІ) / М. В. Ідзьо // Наук. записки Нац. ун-ту „Острозька академія”. Сер. „Філологія” : зб. наук. пр. – Острог, 2014. – Вип. 44. – С. 107 – 109.
45. Ідзьо М. В. Фразеологічні одиниці як засоби мовної експресивізації в текстах сучасних польських ЗМІ / М. В. Ідзьо // Мовознавство. – 2016. – № 3. – С. 69 – 76.
46. Ідзьо М. В. Функціонування семантично-експресивних власних назв у польських медійних текстах ХХІ ст. / М. В. Ідзьо // Наук. праці : наук.-метод. журнал. Філологія. Мовознавство. – Миколаїв, 2016. – Вип. 226. – Т. 278. – С. 51 – 56.

47. Іздрик Ю. ABOUT / Ю. Іздрик. – Львів : Вид-во Старого Лева, 2014. – 240 с.
48. Ільченко В. І. Експресія імені в засобах масової інформації [Текст] : монографія / В. І. Ільченко – Київ, 2003. – 64 с.
49. Карпенко О. Ю. Проблематика когнітивної ономастики [Текст] : монографія / О. Ю. Карпенко. – Одеса : Аспропринт, 2006. – 328 с.
50. Карпіловська Є. А. Неузуальне словотворення: правила „гри без правил” [Текст] / Є. А. Карпіловська // Вісник Київ. нац. лінгв. ун-ту. Сер. Філологія. – 2005. – Том 8. – № 1. – С. 106 – 117.
51. Каюа Р. Людина та сакральне [Текст] / Р. Каюа; пер. з фр. А. В. Усик. – Київ : Ваклер, 2003. – 256 с.
52. Кириленко Т. С. Психологія: емоційна сфера особистості [Текст] : навч. посіб. / Т. С. Кириленко. – К. : Либідь, 2007. – 256 с.
53. Коваль Т. Л. Засоби експресивізації українського газетного дискурсу початку ХХІ ст. [Текст] : дис. ...канд. філол. наук: 10.02.01. / Т. Л. Коваль. – Херсон, 2011. – 203 с.
54. Колоїз Ж. В. Каламбур як засіб забезпечення оказіональної експресії [Текст] / Ж. В. Колоїз, Н. М. Малюга // Наук. вісник Чернів. ун-ту : зб. наук. пр. – Чернівці, 2001. – Вип. 119. Слов'ян. філологія. – 216 с.
55. Колоїз Ж. В. Контамінація як різновид фраземної деривації [Текст] / Ж. В. Колоїз // Вісник Харків. ун-ту. Сер. Філологія. – Харків, 2000. – Вип. 491. – С. 328 – 332.
56. Колоїз Ж. В. Порухення фразеологічних норм як один із способів інтенсифікації виразності у мові засобів масової інформації [Текст] / Ж. В. Колоїз // Мандрівець. – 2004. – № 2. – С. 34 – 39.
57. Комарова А. М. О соотношении субституции и экспрессивности [Текст] / А. М. Комарова // Экспрессивность на разных уровнях языка. – Новосибирск, 1984. – С. 31 – 41.

58. Коновець С. П. Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологізмів у дискурсі сучасної преси (за матеріалами іспанських періодичних видань) [Текст] : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.05 / С. П. Коновець. – Київ, 2002. – 167 с.
59. Космеда Т. А. Аксіологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки [Текст] / Т. А. Космеда. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 350 с.
60. Космеда Т. А. Языковая игра – продуктивный прием публицистического стиля современной эпохи (на материале газеты „Арт-Мозаика”) [Электронный ресурс] / Т. А. Космеда. – Режим доступа: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/75572/105-Kosmeda.pdf> (05 янв. 2017 г.).
61. Кочукова Н. Трансформовані словосполуки в мові української преси: На матеріалі укр. преси кінця XX – XXI ст. [Текст] / Н. Кочукова – Київ: Унів. вид-во „Пульсари”, 2005. – 165 с.
62. Кравчук А. „Гра у фразеологію”: фразеологічні інновації в сучасній польській пресі [Текст] / А. Кравчук // Проблеми слов’янознавства: зб. наук. пр. / Під ред. В. Чорнія. – Львів, 2007. – Вип. 56. – С. 317 – 318.
63. Крайчинська Г. Польські фразеологізми з компонентом *pieniądze* на позначення рис характеру людини [Текст] / Г. Крайчинська // Проблеми слов’янознавства: зб. наук. пр. / Під ред. В. Чорнія. – Львів, 2003. – Вип. 53. – С. 202 – 208.
64. Крайчинська Г. Розвиток фразеологічної науки в Польщі [Текст] / Г. Крайчинська // Проблеми слов’янознавства: зб. наук. пр. / Під ред. В. Чорнія. – Львів, 2005. – Вип. 55. – С. 164 – 180.
65. Кроче Б. Эстетика как наука о выражении и как общая лингвистика [Текст] / Б. Кроче; пер.: В. Яковенко. – М. : Intrada, 2000. – 160 с.
66. Кубрякова Е. С. Ономаσιологические характеристики комплексных единиц словообразовательной системы [Текст] / Е. С. Кубрякова // Актуал.

- вопросы рус. словообразования: сб. науч. статей. – Ташкент – Укитувчи, 1982. – С. 21 – 25.
67. Кудрявцева Л. А. Экспрессивы в современной газетной коммуникации (динамический аспект описания) [Текст] / Л. А. Кудрявцева // Компарат. дослідж. слов'ян. мов і літератур: Пам'яті акад. Л. Булаховського. – Київ : Знання, 1999. – С. 65 – 69.
 68. Кузнецова Н. Н. Оживление метафоры как способ создания экспрессивности [Текст] / Н. Н. Кузнецова // Рус. словесность. – 2009. – № 4. – С. 52 – 56.
 69. Курилович Е. Р. Заметки о значении слова [Текст] / Е. Р. Курилович // Вопросы языкознания. – М. : Изд-во Академии Наук СССР, 1955. – № 3. – С. 73 – 81.
 70. Кучеренко Т. П. До проблеми трансформації фразеологізмів [Текст] / Т. П. Кучеренко // Наук. вісник Чернів. ун-ту. – Вип. 9. Слов'ян. філологія : зб. наук. пр. – Чернівці, 1997. – С. 143 – 147.
 71. Лесюк М. П. Конотативно-експресивна лексика в „Русалці Дністровій” [Текст] / М. П. Лесюк // Семантика мови і тексту : зб. статей VI Міжнар. наук. конф. – Івано-Франківськ, 2000. – С. 322 – 328.
 72. Лесюк М. П. Мовні засоби негативної характеристики людини в гуцульських говірках [Текст] / М. П. Лесюк // Діалекти в синхронії та діяхронії: загальнослов'ян. контекст. – Київ, 2014. – С. 302 – 306.
 73. Лесюк М. П. Назви коханої людини в сучасній українській мові [Текст] / М. П. Лесюк // *Ucrainica III. Současná ukrajinistika. Problemy jazyka, literatury a kultury.* – I.část. / *Univerzity Palackého v Olomouci*: – Olomouc, 2008. – S. 35 – 41.
 74. Лесюк М. П. Неофіційний антропонімікон УПА [Текст] / М. П. Лесюк // Галичина. – 2002. – № 8. – С. 126 – 130.
 75. Лесюк М. П. Фразеологізми еротичного змісту в українському пісенному фольклорі [Текст] / М. П. Лесюк // Славян. фразеология в ареал., истор. и

- етнокультур. аспектах : материалы V Междунар. науч. конф., 22 – 23 октября 2007 г, Гомель. – Гомель (Беларусь), 2007. – С. 132 – 137.
76. Лукьянова Н. А. Экспрессивность в системе, словаре и речи [Текст] / Н. А. Лукьянова // Человечес. фактор в языке: Язык. механизмы экспрессивности. – Москва : Наука, 1991. – С. 157 – 178.
 77. Лукьянова Н. А. О соотношении понятий экспрессивность, эмоциональность, оценочность [Текст] / Н. А. Лукьянова // Актуал. проблемы лексикологии и словообразования. – Новосибирск, 1976. – Вып. 5. – С. 3 – 21.
 78. Макаренко Є. А. Соціальна експресія української публіцистики [Текст] / Є. А. Макаренко // Журналістика. (Преса, телебачення, радіо). – Київ, 1991. – Вип. 23. – С. 32 – 140.
 79. Мамалига А. І. До питань про структурно-семантичні зміни фразеологізмів у мові газет [Текст] / А. І. Мамалига // Укр. мовознавство. – Київ, 1973. – Вип. 1. – С. 72 – 79.
 80. Маслова В. А. Параметры экспрессивности текста [Текст] / В. А. Маслова // Человечес. фактор в языке: Язык. механизмы экспрессивности. – Москва : Наука, 1991. – С. 179 – 205.
 81. Мирошніченко І. М. Фразеосемантичне поле „працьовитість / неробство” в польській мові [Текст] / І. М. Мирошніченко. – Київ : Вид-во „Наук. думка”, 2014. – 248 с.
 82. Мінкова О. Експресивний потенціал засобів вторинної номінації в мові новітньої української публіцистики [Текст] : монографія / О. Мінкова. – Мелітополь : Вид. будинок ММД, 2012. – 176 с.
 83. Мозгова Я. О. Мовностилістичні засоби експресивності сучасної німецької публіцистики (на матеріалі текстів-репортажів) [Текст] : дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Я. О. Мозгова. – Київ, 2011. – 235 с.
 84. Мокиенко В. М. Славянская фразеология : учеб. пособие для вузов по спец. „Рус. язык и лит.” [Текст] / В. М. Мокиенко. – 2-е изд. испр. и доп. – Москва : Высш. шк., 1989. – 287 с.

85. Мукаржовский Я. Структурная поэтика [Текст] / Я. Мукаржовський – Москва : Шк. „Языки рус. культуры”, 1996. – 480 с.
86. Ніколаєнко Л. І. Категоризація і мовне вираження емоцій співчуття та злорадства (на матеріалі української, російської і польської мов) [Текст] / Л. І. Ніколаєнко // Мовознавство. – 2005. – № 1. – С. 45 – 57.
87. Ніколаєнко Л. І. Концептуалізація заздрості у польській та російській мовах [Текст] / Л. І. Ніколаєнко // Компарат. дослідж. слов'ян. мов і літератур: Пам'яті акад. Л. Булаховського. – Київ, 2012. – Вип. 18. – С. 116 – 122.
88. Ніколаєнко Л. І. Оцінка в мовній концептуалізації емоцій групи „Співчуття” [Текст] / Л. І. Ніколаєнко // Мовознавство. – 2016. – № 3. – С. 32 – 40.
89. Онищенко І. В. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах [Текст] : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. / І. В. Онищенко. – Кривий Ріг, 2004. – 195 с.
90. Отин Е. С. Конотативна ономастична лексика [Текст] / Е. С. Отин // Труды по языкознанию. – Донецк : ООО „Юго-Восток, Лтд”, 2005. – С. 111 – 121.
91. Отин Е. С. Экспрессивно-стилистические особенности ономастической лексики в восточнославянских языках [Текст] / Е. С. Отин // Труды по языкознанию. – Донецк : ООО „Юго-Восток, Лтд”, 2005. – С. 122 – 134.
92. Павлюх М. В. Соціально-політична комунікація в сучасних польських медіа [Текст] : дис. ... канд. із соц. комун.: 27.00.04 / М. В. Павлюх. – Львів, 2016. – 224 с.
93. Пефтієва О. Ф. Образність як семантичний компонент лексичного значення найменувань особи в англійській та українській мові [Текст] : монографія (Лінгвокогнітивні та лінгвокультурологічні дослідження. – Т. 3) / О. Ф. Пефтієва. – Київ : СПД Нестроєвий А. І., 2015. – 256 с.

94. Пилинський М. М. Взаємодія художнього і публіцистичного стилів української мови [Текст] / М. М. Пилинський. – К. : Наук. думка, 1990. – 216 с.
95. Пилинський М. М. Експресивність стилю масової політичної інформації [Текст] / М. М. Пилинський // Мовознавство. – 1977. – № 5. – С. 35 – 47.
96. Потебня А. А. Мысль и язык // А. А. Потебня. – Изд-е 2-е. – Харків : Типография Адольфа Дарре, 1892. – 228 с.
97. Прадід Ю. Ф. Проблеми фразеологічної ідеографії (на матеріалі української і російської мов) [Текст] : дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.01; 10.02.02. / Ю. Ф. Прадід. – Київ, 1997. – 396 с.
98. Рис У. Г. Категорія інтенсивності у сучасній польській мові: когнітивно-семантичний аспект [Текст] : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.03 / У. Г. Рис. – Івано-Франківськ, 2009. – 215 с.
99. Русанівський В. М. Співвідношення функціональних і експресивних стилів мови [Текст] / В. М. Русанівський // Слово і труд. – Київ : Наук. думка, 1976. – С. 73 – 81.
100. Свінціцька О. І. Експресивно-інтуїтивістський та мовний концепти естетики Б. Кроче [Текст] : автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.08. / О. І. Свінціцька. – Луганськ, 2011. – 16 с.
101. Селиванова Е. А. Когнитивная ономазиология [Текст] : монографія / Е. А. Селиванова. – Київ : Изд-во укр. фітосоціол. центра, 2000. – 248 с.
102. Селіванова О. О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд) [Текст] / О. О. Селіванова. – Київ : Вид-во укр. фітосоціол. центру, 1999. – 158 с.
103. Селігей П. О. Внутрішня форма назв емоцій в українській мові [Текст] : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. / П. О. Селігей. – Київ, 2001. – 231 с.
104. Селігей П. О. Світло і тіні наукового стилю [Текст] : монографія / П. О. Селігей. – Київ : Києво-Могилян. акад., 2016. – 627 с.

105. Сербенська О. А. Трансформація фразеологічних одиниць у мові газети [Текст] / О. А. Сербенська // Вісник Львів. ун-ту. – Вип. 10. Сер. Журналістика. – Львів : Вид-во при Львів. держ. ун-ті видав. об'єднання „Вища шк.”, 1978. – С. 72 – 77.
106. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов [Текст] / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежн. лингвистике. – Москва : Прогресс, 1986. – Вип. 17. – С. 170 – 194.
107. Скрипник Л. Г. Видозміни фразеологічних одиниць [Текст] / Л. Г. Скрипник // Мовознавство. – 1964. – №4. – С. 3 – 13.
108. Стишов О. А. Оказіоналізми у мові сучасних мас-медіа [Текст] / О. А. Стишов // Культура слова. – 2001. – Вип. 59. – С. 72 – 76.
109. Стишов О. А. Семантична модифікація власних назв [Текст] / О. А. Стишов // Укр. мова. – 2005. – № 2. – С. 88 – 97.
110. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття: (на матеріалі мови засобів мас. інформації) [Текст] / О. А. Стишов. – 2-ге вид., переробл. – Київ : Пугач, 2005. – 338 с.
111. Суперанская А. В. Языковые и внеязыковые ассоциации собственных имен [Текст] / А. В. Суперанская // Антропонимика / Ред. В. А. Никонов, А. В. Суперанская. – Москва : Наука, 1970. – С. 7 – 17.
112. Тараненко О. О. Актуалізовані моделі в системі словотворення сучасної української мови (кінець ХХ – ХХІ ст.) [Текст]: монографія / О. О. Тараненко. – Київ : Видав. дім Д. Бураго, 2015. – 248 с.
113. Тараненко О. О. На тему сучасного українського ономастикону: тенденції конотативних нашарувань [Текст] / О. О. Тараненко // Мовознавство. – № 1. – С. 14 – 36.
114. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц [Текст] / В. Н. Телия. – Москва : Наука, 1989. – 143 с.

115. Телия В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция [Текст] / В. Н. Телия // Метафора в языке и тексте. – Москва : Наука, 1988. – С. 26 – 52.
116. Телия В. Н. Механизмы экспрессивной окраски языковых единиц [Текст] / В. Н. Телия // Человечес. фактор в языке: Язык. механизмы экспрессивности. – Москва : Наука, 1991. – С. 36 – 66.
117. Телия В. Н. О различии рациональной и эмотивной (эмоциональной) оценки [Текст] / В. Н. Телия // Функциональная семантика: Оценка. Экспрессивность. Модальность. In memoriam Е.М. Вольф. – Москва, 1996. – С. 20 – 31.
118. Телия В. Н. Человеческий фактор в языке: Языковые механизмы экспрессивности [Текст] : коллектив. моногр. / В. Н. Телия, Т. А. Графова и др. – Москва : Наука, 1991. – 214 с.
119. Трипольская Т. А. О методах исследования семантики экспрессивного слова [Текст] / Т. А. Трипольская // Актуал. проблемы лексикологии и словообразования. – Новосибирск: Изд-во Новосибирск. у-та. – Вип. 5 – 1976. – С. 100 – 113.
120. Трубецкой Н. С. Основы фонологии [Текст] / Н. С. Трубецкой; пер. с нем. А. А. Холодовича; под ред. С. Д. Кацнельсона. – 2-е изд. – Москва : Аспект Пресс, 2000. – 352 с.
121. Тютенко А. А. Структура і функції алюзії в пресі Німеччини, Австрії та Швейцарії [Текст] : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.04. / А. А. Тютенко. – Харків, 2000. – 20 с.
122. Ужченко Д. В. Символ – концепт – компонент фразеологізму [Текст] / Д. В. Ужченко // Вісник Харків. ун-ту. Сер. Філологія. – 2000. – Вип. 491. – С. 47 – 50.
123. Фосслер К. Грамматические и психологические формы в языке [Текст] / К. Фосслер; пер. с нем. Б. А. Ильиш // Эстетический идеализм: Избранные

- работы по языкознанию / сост. В. Д. Мазо; вступ ст. О. А. Радченко; закл. ст. В. А. Звегинцева. – Москва : Издательство ЛКИ, 2007. – С. 65 – 106.
124. Цоллер В. Н. Соотношение категорий экспрессивности, эмотивности и оценочности в структуре лексического значения [Текст] / В. Н. Цоллер // Научн. ведомости БГУ. – 1998. – № 2. – С. 43 – 54.
 125. Чабаненко В. А. Асоціація як універсальний чинник мовного розвитку [Текст] / В. А. Чабаненко // Мовознавство. – 2005. – № 3 – 4. – С. 132 – 137.
 126. Чабаненко В. А. Норми словотворення і мовна експресія [Текст] / В. А. Чабаненко // Мовознавство. – 1980. – № 2. – С. 13 – 20.
 127. Чабаненко В. А. Основи мовної експресії [Текст] / В. А. Чабаненко. – Київ : Вища шк. – 1984. – 176 с.
 128. Чабаненко В. А. Стилїстика експресивних засобів української мови [Текст] : монографія / В. А. Чабаненко. – Запоріжжя : ЗДУ, 2002. – 351 с.
 129. Черниш Т. О. Внутрішня форма мовних одиниць і проблема мовного образу світу [Текст] / Т. О. Черниш // О. О. Потебня й актуал. питання мови та культури : зб. наук. пр. – Київ, 2004. – С. 83 – 88.
 130. Шаповалова Г. Експресивні словосполучення як інструмент образного мислення журналіста [Текст] / Г. Шаповалова // Урок Української. – 2003. – № 11 – 12. – С. 21 – 25.
 131. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка [Текст] / В. И. Шаховський. – Воронеж, 1987. – 206 с.
 132. Шаховский В. И. Проблема разграничения экспрессивности и эмотивности как семантических категорий лингвостилистики [Текст] / В. И. Шаховский // Проблемы семасиологии и лингвостилистики. – Рязань, 1975. – С. 3 – 25.
 133. Шаховский В. И. Экспрессивность и оценка – компоненты денотации [Текст] / Образие и экспрессивные средства языка (английского, немецкого, французского) / В. И. Шаховський. – Ростов-на-Дону, 1986. – С. 31 – 38.

134. Шевченко Л. І. Взаємозв'язок мовних засобів експресії та стандарту [Текст] / Л. І. Шевченко // Мовознавство. – 1979. – № 6. – С. 80 – 84.
135. Шевченко Л. І. Інтертекстуальність у медіа: дослідницький ресурс категорії [Текст] / Л. І. Шевченко // Актуал. проблеми укр. лінгвістики: теорія і практика : зб. наук. пр. – Київ, 2014. – Вип. 29. – С. 79 – 86.
136. Шевченко Л. І. Медійна інтертекстуальність у дослідницьких парадигмах сучасної лінгвістики: наукові інтерпретації, опозиції, перспективи аналізу [Текст] / Л. І. Шевченко // Актуал. проблеми укр. лінгвістики: теорія і практика : зб. наук. пр. – Київ, 2015. – Вип. 31. – С. 7 – 18.
137. Шевченко Л. Ю. Трансформація фразеологічних одиниць у газетному тексті [Текст] / Л. Ю. Шевченко. – Особливості мови і стилю засобів масової інформації: Навч. посіб. для студ. ф-тів журналістики ун-тів. – Київ : Вища шк., 1983. – С. 70 – 79.
138. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика [Текст] / Р. Якобсон // Структурализм „за” и „против”. – Москва, 1975. – С. 193 – 230.
139. Ярмач В. І. Семантико-експресивний потенціал концепту „син” у сербських, російських і українських фразеологізмах [Текст] / В. І. Ярмач // Компарат. дослідж. слов'ян. мов і літератур. Пам'яті акад. Л. Булаховського. – Київ, 2002. – Вип. 18. – С. 175 – 184.
140. Bąba S. Innowacje frazeologiczne – analiza, kryteria, oceny [Tekst] / S. Bąba // Poradnik Językowy. – 1995. – Z. 4. – S. 21 – 29.
141. Bąba S. Innowacje frazeologiczne współczesnej polszczyzny [Tekst] / S. Bąba. – Poznań, 1989. – 214 s.
142. Bąba S. Zagadnienia aktualizacji frazeologizmów w języku poetyckim Józefa Barana [Tekst] / S. Bąba // Z problemów frazeologii polskiej i słowiańskiej : W 6 t. – Wrocław, 1988. – T. 5. – S. 123 – 142.
143. Bally Ch. Mechanizm ekspresywności językowej [Tekst] / Ch. Bally; tłum. U. Dąbska-Prokop // Stylistyka Bally'ego. Wybór tekstów / Red.

- M. R. Mayenowa. – Warszawa : Państwowe Wyd-wo Naukowe, 1966. – S. 110 – 149.
144. Bell A. The language of news media [Electronic resource]. – Access mode: http://www2.media.uoa.gr/lectures/linguistic_archives/mda0405/notes/Bell_Media_and_Language.pdf (05 Jan 2017 y.)
 145. Biedrzycki M. Nieobecność boskiego punktu widzenia. Wymóg transgresji w filozofii języka Jeana-François Lyotarda [Tekst] / M. Biedrzycki // (Nie)obecne granice. Szkice o obliczach transgresji / Pod red. K. Kuropatwa, D. Rode. – Kraków, 2001. – S. 11 – 23.
 146. Bogołębska B. O niektórych przejawach kultury postmodernistycznej w dziennikarstwie na przykładzie gatunków prasowych [Tekst] / B. Bogołębska // Styl – Dyskurs – Media / Pod red. B. Bogołębskiej i M. Worsowicz. – Łódź : Wyd-wo Uniw. Łódzkiego, 2010. – S. 115 – 122.
 147. Borkowski I. Aluzje i stylistyczne powinowactwa nagłówków prasowych lat 80. i 90. [Tekst] / I. Borkowski // Media. Język. Literatura: Korespondencje i transpozycje / Pod red. A. Woźnego. – Wrocław, 2002. – S. 157 – 175.
 148. Bralczyk J. O języku Wałęsy [Tekst] / J. Bralczyk // Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja. – 1990. – Nr 4. – S. 60 – 81.
 149. Buttler D. Polski dowcip językowy [Tekst] / D. Buttler. – Warszawa : Wyd-wo Naukowe PWN, 2001. – 421 s.
 150. Chlebda W. Polak przez mentalną mapę świata [Tekst] / W. Chlebda // Etnolingwistyka. – 2002. – Nr 14. – S. 9 – 26.
 151. Cieszlikowa A. O motywacji w onomastyce [Tekst] / A. Cieślikowa // Polonica. – 1994. – Nr 16. – S. 193 – 199.
 152. Cieślikowska A. Rodzaje ekspresji w tworzeniu nazw osobowych [Tekst] / A. Cieślikowa // Polonica. – 1990 (1992). – Nr 15. – S. 111 – 119.
 153. Dobrzyńska T. Metafory wartościujące w publicystyce i wypowiedziach polityków [Tekst] / T. Dobrzyńska // Kreowanie świata w tekstach / Pod. red.

- A. M. Lewickiego, R. Tokarskiego. – Lublin : Wyd-wo Marii Curie-Skłodowskiej, 1995. – S. 201 – 214.
154. Dobrzyńska T. Mówiąc przenośnie...studia o metaforze [Tekst] / T. Dobrzyńska. – Warszawa : Wyd-wo IBL, 1994. – 158 s.
 155. Dobrzyńska T. Uwarunkowania kulturowe metafory [Tekst] / T. Dobrzyńska // Konotacja / Pod red. J. Bartmiński. – Lublin, 1988. – S. 155 – 183.
 156. Filas R. Rośnie dominacja mediów elektronicznych – nowa faza przemian polskiego rynku [Tekst] / R. Filas // Zeszyty Prasoznawcze. – 2003. – R. 46. – Nr 3 – 4. – S. 7 – 34.
 157. Fliciński P. Sposoby pomnażania współczesnego zasobu frazeologicznego polszczyzny [Tekst] / P. Fliciński // Perspektywy współczesnej frazeologii polskiej. Teoria. Zagadnienia ogólne / Pod red. S. Bąba, K. Skibski, M. Szczyszka. – Poznań, 2010. – S. 21 – 32.
 158. Frankowska M. Frazeologia i metaforyka w tekstach politycznych lat 1989 – 1993 [Tekst] / M. Frankowska // Język a kultura / Red. J. Anusiewicz, B. Siciński. – T. 11. – Wrocław, 1994. – S. 21 – 48.
 159. Fras J. Kształtowanie się nowego języka polityki po 1989 r. – udział Lecha Wałęsy [Tekst] / J. Fras // Z badań nad przemianami politycznymi w Polsce po 1989 roku / Pod red. S. Dąbrowskiego, B. Rogowskiej. – Wrocław : Wyd-wo Uniw. Wrocławskiego, 1998. – S. 51 – 64.
 160. Gajda S. Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny [Tekst] / S. Grabias // Język w mediach masowych / Red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska. – Warszawa, 2000. – S. 19 – 27.
 161. Gajda S. Nowe media w perspektywie lingwistycznej [Tekst] / S. Gajda // Styl – Dyskurs – Media / Pod red. B. Bogolębskiej, M. Worsowicz. – Łódź : Wyd-wo Uniw. Łódzkiego, 2010. – S. 25 – 31.
 162. Grabias S. Derywacja a ekspresja [Tekst] / S. Grabias // Studia nad składnią polszczyzny mówionej. Księga referatów. – Wrocław, 1978. – S. 89 – 102.

163. Grabias S. Ekspresywność w strukturze znaczeniowej wypowiedzi, wyrazów i formantów [Tekst] / S. Grabias // Poradnik Językowy. – 1980. – S. 476 – 488.
164. Grabias S. Język w zachowaniach społecznych [Tekst] / S. Grabias. – Lublin : Wyd-wo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 1997. – 240 s.
165. Grabias S. O ekspresywności języka. Ekspresja a słowotwórstwo [Tekst] / S. Grabias. – Lublin : Wyd-wo Lubelskie, 1981. – 214 s.
166. Grabias S. Pojęcie językowego znaku ekspresywnego [Tekst] / S. Grabias // Z zagadnień słownictwa współczesnego języka polskiego / Prace Językoznawcze. – Wrocław, 1991. – S. 106 – 109.
167. Grochala B. Intertekstualność w nagłówkach „Gazety Wyborczej” [Tekst] / B. Grochala // Tekst w mediach / Pod red. K. Michalewskiego. – Łódź : Wyd-wo Uniw. Łódzkiego, 2002. – S. 222 – 229.
168. Grzegorzczkova R. Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii aktów mowy [Tekst] / R. Grzegorzczkova // Języka a kultura. – 1991. – T. 4. – S. 11 – 28.
169. Grzegorzczkova R. Struktura semantyczna wyrażen ekspresywnych [Tekst] / R. Grzegorzczkova // Z zagadnień współczesnego języka polskiego / Red. M. Szymczak. – Wrocław, 1978. – S. 117 – 123.
170. Idzo M. Ekspresywizacja nazw własnych we współczesnych mediach polskich [Tekst] / M. Idzo. – LingVaria. – 2015. – Nr 2 (20). – S. 123 – 134.
171. Ivanová Šalingová M. Expresívny príznak [Tekst] / M. Ivanová Šalingová // Jazykovedný časopis. – 1970. – Nr 21. – S. 154 – 171.
172. Jadacka J. Kultura języka polskiego. Fleksja. Słowotwórstwo. Składnia [Tekst] / J. Jadacka. – Warszawa : Wyd-wo Naukowe PWN, 2005. – 526 s.
173. Jędrzejko E. Strategia tekstotwórcza a gry językowe w literackich nazwach własnych [Tekst] / E. Jędrzejko // Gry w języku, literaturze i kulturze / Pod red. E. Jędrzejko i U. Żydek-Bednarczuk. – Warszawa : Energeia, 1997. – S. 65 – 75.

174. Kamińska-Szmaj I. Rzeczowniki z przyrostkiem -izm // -yzm w języku polityki [Tekst] / I. Kamińska-Szmaj // Rozprawy Komisji Językowej WTN. – 2006. – T. 33. – S. 205 – 210.
175. Kamińska-Szmaj I. Słowa na wolności [Tekst] / I. Kamińska-Szmaj. – Wrocław : Wyd-wo „EUROPA”, 2001. – 240 s.
176. Kępa-Figura D. Językowy obraz świata a medialny obraz świata [Tekst] / D. Kępa-Figura // Zeszyty Prasoznawcze. – 2006. – Z. 1 – 2. – S. 51 – 62.
177. Kita M. Dyskurs prasowy [Tekst] / M. Kita // Przewodnik po stylistyce polskiej. Odmiany współczesnej polszczyzny / Red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk. – Kraków : Universitas, 2013. – S. 199 – 255.
178. Kowalewska-Dąbrowska J. Gry językowe w tekstach publicystycznych. Kreacja czy manipulacja? [Tekst] / J. Kowalewska-Dąbrowska // Kreowanie światów w języku mediów / Red. P. Nowak, R. Tokarski. – Lublin : Wyd-wo UMCS, 2007. – S. 87 – 105.
179. Kreja B. Słowotwórstwo rzeczowników ekspresywnych w języku polskim. Formacje na -ik, -k-, -isko i -ina [Tekst] / B. Kreja. – Gdańsk, 1969. – 224 s.
180. Kreja B. Zawodowszczyzna i inne formacje ekspresywne na -szczyzna [Tekst] / B. Kreja // Język Polski. – 1994. – Z. 74. – S. 78 – 79.
181. Kudra B. Demokratyzacja języka – demokratyzacja w języku (na przykładzie języka w mediach) [Tekst] / B. Kudra // Media – Kultura – Komunikacja Społeczna. – 2006. – Nr 2. – S. 342 – 346.
182. Kudra B. Kreatywność leksykalna w dyskursie politycznym polskiej prasy lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych [Tekst] / B. Kudra. – Łódź : Wyd-wo Uniw. Łódzkiego, 2012. – 244 s.
183. Kudra B. Między manipulacją a perswazją (o funkcjonowaniu antroponimów w tekście prasowym) [Tekst] / B. Kudra, A. Kudra // Manipulacja w języku / Pod red. P. Krzyżanowski, P. Nowak. – Lublin, 2004. – S. 91 – 99.
184. Kudra B. Sposoby powstania prasowych okazjonalizmów politycznych [Tekst] / B. Kudra // Poradnik Językowy. – 1996. – Z. 8. – S. 35 – 44.

185. Majkowska G. Klasyfikacja semantyczna zamierzonych modyfikacji związków frazeologicznych [Tekst] / G. Majkowska // Z problemów frazeologii polskiej i słowiańskiej / Pod red. M. Basaja, D. Kuc. – 1988. – T. 5. – S. 143 – 163.
186. Masłowska E. Derywacja semantyczna rzeczowników ekspresywnych [Tekst] / E. Masłowska. – Wrocław, 1988. – 153 s.
187. Masłowska E. Kształtowanie się wtórnych znaczeń wyrazów pod wpływem obowiązującego w danym społeczeństwie systemu wartości [Tekst] / E. Masłowska // Język a kultura. – 1989. – T. 2. – S. 181 – 185.
188. Miczka T. Rzeczywistość wirtualna jako postmodernistyczna gra. O niektórych aspektach teleobecności [Tekst] / T. Miczka // Gry w języku, literaturze i kulturze / Pod red. E. Jędrzejko, U. Żydek-Bednarczuk. – Warszawa : Energeia, 1997. – S. 17 – 39.
189. Nowakowska A. Porównanie frazeologiczne [Tekst] / A. Nowakowska // Perspektywy współczesnej frazeologii polskiej. Teoria. Zagadnienia ogólne / Pod red. S. Bąby, K. Skibskiego, M. Szczyszka. – Poznań, 2010. – S. 77 – 86.
190. Pajdzińska A. Wartościowanie we frazeologii [Tekst] / A. Pajdzińska / Język a kultura. – 1991. – T. 3. – S. 15 – 28.
191. Piętkowa R. Wizualizacja semantyki. O niektórych sposobach zapisu we współczesnych tekstach [Tekst] / R. Piętkowa // Styl a tekst. – Opole, 1996. – S. 165 – 175.
192. Puzynina J. Językoznawstwo a aksjologia [Tekst] / J. Puzynina // Biuletyn PTJ. – 1982. – Z. 39. – S. 23 – 32.
193. Puzynina J. O elementach ocen w strukturze znaczeniowej wyrazów [Tekst] / J. Puzynina // Biuletyn PTJ. – 1986. – Z. 40. – S. 121 – 128.
194. Rutkowski M. Kilka uwag o ekspresywności jednostek onimicznych [Tekst] / M. Rutkowski // Prace językoznawcze. – 2001. – Nr 3. – S. 125 – 133.
195. Rutkowski M. Media i nazwy: z zagadnień onomastyki medialnej [Tekst] / M. Rutkowski, K. Skowronek. – Kraków : Wyd-wo „Lexis”, 2004. – 172 s.

196. Rutkowski M. Nazwy własne i ich denotacje w rzeczywistości medialnej [Tekst] / M. Rutkowski // *Kreowanie światów w języku mediów* / Pod red. P. Nowak, R. Tokarskiego. – Lublin: Wyd-wo UMCS, 2007. – S. 155 – 170.
197. Rutkowski M. Nazwy własne w strukturze metafory i metonimii. Proces deonimizacji [Tekst] / M. Rutkowski. – Olsztyn : Wyd-wo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, 2007. – 275 s.
198. Rutkowski M. Wstępna charakterystyka nazw własnych [Tekst] / M. Rutkowski // *Onomastica*. – 2001. – Nr 46. – S. 7 – 29.
199. Skubalanka T. O ekspresywności języka [Tekst] / T. Skubalanka // *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio F, Nauki Filologiczne i Humanistyczne*. – 1973. – Vol. 27. – S. 123 – 135.
200. Skubalanka T. Ekspresywność języka a mowa potoczna [Tekst] / T. Skubalanka // *Poetyka i stylistyka słowiańska : materiały Komisji Poetyki i Stylistyki Słowiańskiej Międzynarodowego Komitetu Sławistów*, 18 – 20 kwietnia, Warszawa / Pod red. S. Skwarczyńskiej. – Wrocław : Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1973. – S. 177 – 183.
201. Smółkowa T. Metodologiczne aspekty opisu współczesnych neologizmów i neosemantyzmów polskich [Tekst] / T. Smółkowa // *Prace Slawistyczne*. – 1997. – Nr 105. – S. 257 – 267.
202. Smółkowa T. Neologizmy we współczesnej leksyce polskiej [Tekst] / T. Smółkowa. – Pułtusk – Kraków : Wyd-wo Instytutu Języka Polskiego PAN, 2001. – 196 s.
203. Smółkowa T. Nominacja językowa. Na materiale nazw rzeczownikowych [Tekst] / T. Smółkowa. – Wrocław, 1989. – 146 s.
204. Tokarski R. Granice pola znaczeniowego [Tekst] / R. Tokarski // *Słownictwo w opisie języka* / Pod red. K. Polański. – Katowice, 1984. – S. 85 – 100.
205. Tokarski R. Konotacja jako składnik treści słowa [Tekst] / R. Tokarski // *Konotacja* / Pod red. J. Bartmińskiego. – Lublin : UMCS, 1988. – S. 35 – 54.

206. Tokarski R. Medialna wizja świata [Tekst] / R. Tokarski, P. Nowak // *Prace Slawistyczne*. – 1997. – Nr 105. – S. 103 – 114.
207. Turula A. Modyfikujące innowacje frazeologiczne jako amalgamaty znaczeń w świetle modelu dynamicznego opartego na uzusie językowym [Tekst] / A. Turula // *Frazeologia a językowe obrazy świata przełomu wieków* / Pod red. W. Chlebdy. – Opole : Wyd-wo Uniwersytetu Opolskiego, 2007. – S. 503 – 510.
208. Warchoł S. Formacje ekspresywne a system języka [Tekst] / S. Warchoł // *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego*. – 1974a. – Nr 32. – S. 71 – 86.
209. Warchoł S. Geneza i rozwój słowiańskich formacji ekspresywnych z sufiksalnym -k- i -c- [Tekst] / S. Warchoł. – Warszawa – Łódź : Państwowe Wyd-wo Naukowe, 1984. – 416 s.
210. Waszakowa K. Derywacja sufiksalna, paradygmaticzna czy ujemna? [Tekst] / K. Waszakowa // *Polonica*. – 1991. – T. 15. – S. 101 – 110.
211. Waszakowa K. Dynamika zmian w zasobie leksykalnym najnowszej polszczyzny [Tekst] / K. Waszakowa // *Poradnik Językowy*. – 1995. – Z. 3. – S. 1 – 11.
212. Waszakowa K. Formant -ista // -ysta i jego warianty: -(y)sta, -alista, -onalista, -onista we współczesnej polszczyźnie ogólnej [Tekst] / K. Waszakowa // *Studia z filologii polskiej i słowiańskiej*. – 1995. – Nr 32. – S. 121 – 135.
213. Waszakowa K. Neologizmy tekstowe w świetle ram interpretacyjnych [Tekst] / K. Waszakowa // *Tekst, Analizy i Interpretacje* / Pod red. J. Batrmińskiego, B. Bonieckiej. – Lublin, 1998. – S. 21 – 33.
214. Waszakowa K. Rola kontekstu i sytuacji w rozumieniu neologizmów [Tekst] / K. Waszakowa // *Biuletyn PTJ*. – Z. 53. – S. 121 – 132.
215. Wierzbicka A. Emotions across Language and Cultures: Diversity and Universals [Tekst] / A. Wierzbicka. – Cambridge : University Press, 2005. – 349 p.
216. Wierzbicka A. Porównanie – Gradacja – Metafora / A. Wierzbicka // *Pamiętnik Liretacki*. – 1971. – R. 62. – Z. 4. – S. 127 – 147.

217. Wierzbicka A. Problemy ekspresji. Ich miejsce w teorii semantycznej [Tekst] / A. Wierzbicka // Dociekania semantyczne. – Wrocław, 1969. – S. 33 – 61.
218. Wilk E. Nawigacje słowa. Strategie werbalne w przekazach audiowizualnych / Eugeniusz Wilk. – Kraków, 2000. – 142 s.
219. Wodak R Approches to media texts [Electronic resource] / Wodak R. – Access mode: <http://users.auth.gr/tsokalid/files/wodak.pdf> (05 Jan 2017 y.).
220. Wojtak M. Językoznawca jako badacz mediów [Zasób elektroniczny] / Wojtak M. – Tryb dostępu: <http://pressto.amu.edu.pl/index.php/psj/article/view/4473/4576> (05 stycz. 2017 r.).
221. Wysoczański W. Językowy obraz świata w porównaniach zleksykalizowanych. Na materiale wybranych języków [Tekst] / W. Wysoczański. – Wrocław : Wyd-wo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2006. – 402 s.
222. Zgólkowa H. Ekspresywność jako element zróżnicowania stylowego współczesnej polszczyzny [Tekst] / H. Zgólkowa // Studia Polonistyczne. – 1988 / 1989. – Nr 16 / 17. – S. 211 – 225.
223. Zgólkowa H. Leksyka ekspresywna jako wyróżnik potocznej odmiany współczesnej polszczyzny [Tekst] / H. Zgólkowa // Język potoczny jako przedmiot badań językoznawczych / Pod red. S. Gajdy, Z. Adamiszyn. – Opole, 1991. – S. 45 – 52.
224. Zima J. Expresivita slova v současné češtině: studie lexikologická a stylistická [Tekst] / J. Zima. – Praha : Nakladatelství. Československá akademie věd, 1961. – 139 s.

Список використаних лексикографічних джерел

225. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов [Текст] / О. С. Ахманова – Изд. 4-е, стер. – М. : КомКнига, 2007. – 576 с.
226. Вахек Й. Лингвистический словарь Пражской школы [Текст] / Й. Вахек; перевод с франц., нем., англ. и чеш. И. А. Мельчука и В. З. Санникова; под ред. и с предис. А. А. Реформатского. – Москва : Изд-во „Прогресс”, 1964. – 351 с.

227. Ганич І. Д. Словник лінгвістичних термінів [Текст] / І. Д. Ганич, І. С. Олійник. – Київ : Вища шк., 1985. – 360 с.
228. Голянич М. І. Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія [Текст] / М. І. Голянич, Р. І. Стефурак, І. О. Бабій; за ред. М. І. Голянич. – Івано-Франківськ : Сімик, 2011. – 272 с.
229. Єрмоленко С. Я. Експресивність [Текст] / С. Я. Єрмоленко // „Українська мова”. Енциклопедія. – 3-є вид., зі зм. і доп. – Київ : Вид-во „Укр. енцикл.” ім. М. П. Бажана, 2007. – С 176 – 177.
230. Отин Е. С. Словарь коннотативных собственных имен [Текст] / Е. С. Отин. – Донецк : ООО „Юго-Восток, Лтд”, 2004. – 412 с.
231. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія [Текст] / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-Київ, 2011. – 844 с.
232. Словник української мови: в 11 томах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/> (05 січ. 2017 р.).
233. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів [Текст] / Ред. С. Я. Єрмоленко. – Київ : Либідь, 2001. – 224 с.
234. Шапар В. Б. Психологічний тлумачний словник [Текст] / В. Б. Шапар. – Харків : Прапор, 2004. – 640 с.
235. Cieślíkowa A. Przewiska zbiorowe i przydomki / A. Cieślíkowa // Polskie nazwy własne. Encyklopedia / Pod red. E. Rzetelska-Feleszko. – Kraków, 2005 – S. 177 – 180.
236. Drabik L. Słownik języka polskiego [Tekst] / L. Drabik, A. Kubiak-Sokół, E. Sobol, L. Wiśniakowska. – Warszawa : Wyd-wo Naukowe PWN, 2011. – 1357 s.
237. Kłosińska A. Wielki słownik frazeologiczny z przysłowiami [Tekst] / A. Kłosińska, E. Sobol, A. Stankiewicz. – Warszawa : Wyd-wo Naukowe PWN, 2009. – 840 s.
238. Kopaliński W. Słownik symboli [Tekst] / W. Kopaliński. – Warszawa : Wiedza Powszechna, 1990. – 509 s.

239. Müldner-Nieckowski P. Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego [Tekst] / P. Müldner-Nieckowski. – Warszawa, 2003. – 1088 s.
240. Narodowy Korpus Języka Polskiego [Zasób elektroniczny]. – Tryb dostępu: on-line: <http://www.nkjp.pl/> (05 stycz. 2017 r.).
241. Nowe słownictwo polskie: materiały z prasy lat 2001 – 2005. Cz. 1 A – D [Tekst] / Pod red. T. Smółkowej. – Kraków : Lexis, 2010. – 135 s.
242. Pisarek W. Ekspresywizm [Tekst] / W. Pisarek // Encyklopedia języka polskiego / Pod red. S. Urbańczyka i M. Kucały. – Wyd. 3-cie, pop. i uzup. – Wrocław, Warszawa, Kraków, 1999. – S. 87.
243. Pisarek W. Funkcje mowy [Tekst] / W. Pisarek // Encyklopedia języka polskiego / Pod red. S. Urbańczyka i M. Kucały. – Wrocław, Warszawa, Kraków, 1999. – Wyd. 3-cie, pop. i uzup. – S. 106 – 107.
244. Skorupka S. Słownik frazeologiczny języka polskiego [Tekst]: w 2 t / S. Skorupka – Warszawa, 1974. – T. 2. – 906 s.
245. Słownik języka polskiego [Tekst]: w 11 t. / pod red. W. Doroszewskiego. – Warszawa : Państwowe Wyd-wo „Wiedza Powszechna”, 1959. – T. 2. – 1050 s.
246. Słownik języka polskiego [Zasób elektroniczny]. – Tryb dostępu: <http://sjp.pwn.pl> (05 stycz. 2017 r.).
247. Wielki słownik języka polskiego [Zasób elektroniczny]. – Tryb dostępu: <http://www.wsjp.pl> (05 stycz. 2017 r.).