

– *Негайно чергового корпусу сюди!* (І. Багряний, 83).

За таких відносин між мовцем й адресатом очікуваними є імперативні речення, питальні, з дієсловами дійсного способу та оптативні речення, за допомогою яких волевиявлення сприймається як пропозиція, прохання, адресат розуміє, що від нього залежить реалізація каузованої дії і він має право відмовити. Хоча ситуативно мовець може вжити й інші форми волевиявлення, тоді можемо говорити про комунікативну перевагу мовця над адресатом.

Проведене дослідження (попри те, що ми розглянули незначну частину варіантів ситуації мовленнєвого волевиявлення) засвідчило, що форма спонування великою мірою залежить від особи адресанта, від особи адресата, від того, які стосунки між ініціатором спонування та його потенційним виконавцем. Мовець завжди має вибрати такі мовні засоби, які є очікуваними адресатом, комунікація є результативною за умови, що пресупозиція мовця збігається з пресупозицією адресата. Безперечно, окрім адресата, на вибір спонукальної конструкції впливає й ситуація мовлення, стан співрозмовників та безліч інших факторів, проте вирішальну роль відіграють відносини між мовцем та адресатом і суть самої каузованої дії.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Багряний І. Сад Гетсиманський / Іван Багряний. – К. Наук. думка, 2001. – 548 с. – (Б-ка школяра).
2. Загребельний П.А. Тисячолітній Миколай: Полювання на хлястики : Роман : Ч. 1 / Павло Загребельний ; худож.-оформлювач І.В. Осипова. – Харків : Фоліо, 2001. – 399 с. – (Література).
3. Теория функциональной грамматики: Темпоральность. Модальность / под ред. А.В. Бондарко. – Л. : Наука, 1990. – 263 с.
4. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н.И. Формановская. – М. : Изд-во "Икар", 2007. – 480 с.

Волеизъявление говорящего всегда направлено на адресата — потенциального исполнителя побуждения. Несмотря на то, что адресант является инициатором каузации, ее реализация зависит от решения адресата. Для того, чтобы волеизъявление стало фактом действительности, говорящему следует подобрать такие языковые средства побуждения, которые убедили бы реципиента каузации в ее целесообразности или необходимости. Адресант должен учесть и ситуацию речи, и место, и время, а более всего статусно-ролевую характеристику своего собеседника.

Ключевые слова: речевая ситуация, волеизъявление, адресант, адресат, статусно-ролевая характеристика.

A will of a speaker is always directed to a recipient, which may become an executor of the demanded action. Although the sender initiates causation, the implementation of the causation depends on the decision of the recipient. For actualisation of the required action speaker should select those linguistic constructs of obligation, which would convince the recipient in that the causation is either expedient or necessary. Sender should take into account such factors as situation of the conversation, time, place and most of all status-role characteristics of his counterpart.

Keywords: speech situation, will, sender, recipient, status-role characteristics.

УДК 811.161.2'42

*Г. В. Демура*

### **ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ОБРАЗУ РАДЯНСЬКОЇ ЖІНКИ ЯК СКЛАДНИКА ІДЕОЛОГЕМИ «НОВА ЛЮДИНА» (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ 20–40 рр. ХХ ст.)**

Стаття містить аналіз вербальних особливостей формування гендерної політики в українських засобах масової інформації 20–40 рр. ХХ ст. з урахуванням ідеологічних канонів, характерних для преси зазначеного періоду.

Ключові слова: фемінне, гендерна політика, засоби масової інформації, дискурс, радянська ідеологія, мовні засоби, тоталітарний режим.

Мова і дискурс розглядаються в сучасних соціальних теоріях як підґрунтя, що формує знання про світ. Тісний зв'язок мови та суспільства залишається поза сумнівами: мова не лише відбиває події реального життя, а й здатна впливати на них. Те, як мова зображує жінок та чоловіків, має неабиякий вплив на їхню роль та ставлення до них у соціумі. З огляду на «патріархатність суспільства цілком закономірним наслідком є репрезентація в мові орієнтованого на чоловіка погляду на світ, що живить несправедливу статеву дискримінацію, і, це доведено, веде до викривлення ролі жінки в суспільстві» [8]. Важливу роль у цьому відіграють ЗМІ, здатні у найкоротший термін донести інформацію до різних верств населення у найвіддаленіших куточках країни.

І. Герман вважає, що «трансформації соціального, економічного, політичного життя суспільства позначаються перш за все на лексико-семантичній системі мови ЗМІ: модифікуються не

лише значення та стилістичні характеристики певних лексичних одиниць, а й змінюється конкретний склад лексики – набір концептуальних (ключових) слів. Саме концептуальна лексика, відображаючи ідеологічні, політичні й соціальні орієнтири газети, набуваючи в конкретних історичних обставинах відповідного стилістичного забарвлення (соціальної оцінності), створює, з одного боку, загальну мовну картину життя суспільства, з іншого – своєрідний публіцистичний дискурс епохи» [3,35 – 36].

Газетні видання 20–40 рр. ХХ ст. репрезентують складні процеси формування лексико-фразеологічної, стилістичної специфіки мови ЗМІ радянської доби – мови партійного апарату, «специфічного жаргону», за словами Л. Масенко. Польський дослідник М. Гловінський виділяє такі властивості новомови: нав'язування виразного знака цінності, синтез прагматичних і ритуальних елементів, стихію магичності, часте уживання прикметників, ієрархічний порядок слів тощо. [4,158–183].

Оскільки вищезгадані особливості творення «спеціальної» мови призвели до «нейтралізації» узуального значення слів, зміни їхньої конотації, видається важливим у нашому дослідженні звернутися до аналізу мовних засобів зображення жінки у радянській пресі. Суттєвим внеском у розробку питання функціонування мови в тоталітарному суспільстві є праці таких учених: М. Гловінського, Л. Масенко, Б. Потятиника, Н. Рудніченко, О. Селіванової, Г. Яворської та ін.

Об'єктом нашого дослідження стала мова газети «Україна» та журналів «Комунарка України», «Робітниця».

Предметом аналізу стала лексико-семантична група «жінка» в мові названих видань.

Ідеологема «нова людина» — «ментальний, культурний і антропологічний феномен 20 століття. З комуністичної апологетичної точки зору, — це історично і цивілізаційно «новий» тип людини — «будівник світлого майбутнього всього людства» Комунізму; це досягнення педагогічних зусиль Комуністичної партії і Радянської влади по вихованню носія вищих суспільних цінностей і нової комуністичної моралі» [12].

У нашій статті ми спробували дослідити як за допомогою мовних засобів, оцінної лексики, стилістичних фігур влада намагалася конструювати ідеальний образ жінки, а також розглянути яким чином на мовному рівні створювався маскулінізований образ жінки у тоталітарній державі.

Аналізований нами період характеризується посиленням уваги до жіночої аудиторії (це явище спостерігається навіть у назвах журналів 20–40 рр. ХХ ст.). На думку Т. Орлової, це зумовлено тим, що «у період становлення тоталітаризму відбулися значні демографічні зміни – багато чоловіків було вбито і скалічено <...>. Нова влада потребувала робочої сили і масової підтримки. І вона знайшла їх у жіноцтві та молоді» [7,187].

В. Суковата вважає, що «у радянській офіційній ідеології роль особистості зводилася до функції «гвинтика» в добре налагодженому механізмі «колективного тіла», а прояви суб'єктивності не схвалювалися зовсім, тим паче суб'єктивності жіночої» [9,70]. Таким чином, жінка в тоталітарному суспільстві перебувала під подвійним тиском — як особистість, і як жінка.

О. Забужко вважає, що «тоталітаризм табує усе, пов'язане зі «статтю» [5,155]. Можна говорити про своєрідний «страх статі», притаманний усім авторитарним формаціям. На думку дослідниці, «тоталітарні режими «деміфологізують» жіночість (сиріч «розкріпачують» жінку – знімаючи з неї відвічний прескрипт «сексапільності» та зводячи її на рівень голої м'язової сили мухінської колгоспниці...), що, мовляв, «культ вождя не лишає місця ні для яких інших культів» (С. де Бовуар) [...] Те суспільство взагалі любило «стирати відмінності» – між багатими й бідними, між містом і селом, між народами, мовами, горами й долами, тож, відповідно, між мужчиною і жінкою так само, а що стирання відмінностей є процес, зворотний творенню [...] міжстатеві відмінності згладжувалися на рівні неявного заперечення «статі» як складової людського буття й перетворення зарівно мужчин і жінок на робочу худобу» [5,155–156]. Наприклад, «**На заводі «Комунар» у Запоріжжі працює 11 тисяч робітників, з яких близько 3 тисячі жінок. Більшість робітниць працює на кваліфікованій роботі – токарі, слюсарі, свердільниці тощо»** (КУ. – 1932. – №2); «**Не пасли задніх і прибиральниці породи. Це неймовірно важка робота, посилати на неї треба було б чоловіків, а наші «правителі» посилають жінку»** (КУ. – 1929. – №13).

Можна сказати, що пропагований партією образ жінки виразно маскулінізувався. Автори статей нав'язували жінкам такі чоловічі риси, як жорстокість, агресивність, намагалися мілітаризувати жінку. На нашу думку, це ще раз підтверджує спроби партійного керівництва зробити і чоловіків, і жінок однаковими, безликими елементами соціуму, перетворивши на натовп, стерти межі між статями. Цей процес знайшов своє вираження у мові ЗМІ 20–30 рр. Наприклад, «**Кременчуцькі робітниці здебільшого добре засвоїли собі, що в майбутній війні жінки будуть відігравати величезну роль. От чому вони не шкодують часу та сил працювати в ТСО –**

**Авіахемі»** [КУ.– 1924. – №17]; (Цитуємо, зберігаючи лексичні та орфографічні особливості оригіналу). **«Трудяще жіноцтво – в перші шереги протиповітряної оборони СРСР»** [КУ. – 1932. – №4]; **«Ми війни не хочемо, ми зайняті творчою працею. Та коли на нас нападуть, тим гірше для наших ворогів. Увесь світ робітників та робітниць вважатиме за свій священний обов'язок боронити кордони Радянського Союзу. І попереду, як завжди, підемо ми, ленінградські робітниці. Ми готові до війни. Робітниці підуть на фронт. Вони ж замінять коло верстатів своїх чоловіків, братів та товаришів робітників»** [КУ.– 1934. – №2]. Останній приклад ще раз підтверджує думку В. Агесвої про створення чоловікоподібної жінки. **«Жінка біля станка, в шахті й видобувному кар'єрі, жінка, залучена до найважчих фізичних робіт (тобто те, що диктувалося гострою економічною необхідністю в розореній війнами й революціями державі), – ці образи підносилися авторами як пожаданий ідеал»** [1:255–256].

Досить цікавим, на нашу думку, видається той факт, що автори статей схвально відгукуються на намагання партії мілітаризувати радянську жінку. Натомість, коли мова йде про капіталістичні країни, які теж готуються до війни і «втягають» у цю справу жіноцтво, тон статті стає різко осудливим. Таким чином, утворюється своєрідна дихотомія: **«своя»** війна, а тому і священна, – **«чужа»**, завойовницька. Наприклад, **«Буржуазія всесвіту одверто почала втягувати жінок у підготовку до війни... В Польщі ми бачимо санкціоновану урядом систему військового виховання жінки, починаючи ще з шкільного віку. [...] Тепер, коли цій великій справі [будівництву нового суспільства – Г. Д.] загрожує напад з боку ворогів-імперіялістів, коли справа йде про мобілізацію всіх трудящих жінок для охорони й оборони робітничої держави, комуністичні партії всіх країн повинні паралізувати всі намагання буржуазії щодо мобілізації жінок»** [КУ.– 1929. – №30].

Також у пресі зазначеного періоду досить популярними стають статті, присвячені етапам мілітаризації жінок. Так, у журналі «Комунарка України» подано матеріал Яковлевої під назвою **«Бойова рушниця в руках жінок не затремтить»**, в якій виразно пропагуються стрілецька робота, військова справа, які традиційно вважалися чоловічими. Наприклад, **«Катя Жулікова – краща ударниця ливарного цеху заводу «Серп і молот» м. Харкова. Нині Катя – великий помічник ТСО в роботі коло поширення стрілецької вмілості. Вона носить почесне ім'я «ворошиловського стрільця».** За кращу стрілецьку роботу Всесоюзна рада ТСО авіоходу преміювала її 200 крб. Вивчаючи військову справу, Катя Жулікова передає свої знання решті робітниць, щоб зробити й їх здатними боронити свою соціалістичну батьківщину» [КУ.– 1933. – №23].

Нівеляція «фемінності» також відбувається за допомогою нагнітання в одному контексті мілітаризованих метафор та епітетів. Наприклад, **«Як свідомі й рішучі бійці виступлять [робітниці] проти війни, проти інтервенції, що їх готує умираючий капіталізм проти країни переможнього соціалізму. У день міжнароднього комуністичного жіночого свята бойовий привіт пролетаркам усіх країн»** [КУ.– 1932. – №8]; **«Жінка своєю боротьбою на фронтах та барикадах громадянської війни, своєю роботою на заводах та на ланах довела, що вона вміє боронити радянську владу, що вона вміє будувати нову соціалістичну країну»** [КУ. – 1929. – №11].

Мілітаризований образ жінки створювався не лише у статтях газет і журналів, а й у віршах того часу, надрукованих у ЗМІ 20–30-х рр. Наприклад, у вірші «Партизанка» А. Мільштейна змальовується героїчний образ жінки – учасниці боїв:

«Чоловік вже давно на війні  
Деся у шанцях поліг головою.  
Тоді Шура взяла карабін  
І пішла до загону червоних...  
Ти за діло працюючих мас  
Свої сили в боях надірвала...  
Там, де рана була на груді,  
Шура носить заслужений орден...  
На фронтах загартована ти...  
Піднесемо ж на крила доби  
Трудівницю-героя будови!»  
[КУ.– 1932. – №40].

Автори публікацій майже не звертають увагу на такі складники образу жінки, як її зовнішня краса, потяг до модного одягу. На нашу думку, таке свідоме замовчування цих ознак на мовному рівні свідчить про те, що «згідно з теорією В.Райха, придушення сексуальності було невідворотним і необхідним важелем формування «слухняних» членів суспільства в тоталітарній державі» [9,75]. Добір авторами публікацій асексуальної лексики, на нашу думку, призвів до створення образу

маскулінізованій жінки. Цьому також сприяло і те, що у пресі аналізованого періоду нівелювалися такі суто жіночі риси, як емоційність, м'якість, слабкість, турботливість, практичність, консервативність, інтуїтивність, реалістичність, комунікативність, сензитивність, емпатійність. Отже, створювався чоловікоподібний образ жінки чи голої м'язової сили мухінської колгоспниці, за О. Забужко. Автори статей нав'язували жінкам чоловічі риси, доповнюючи цей образ відповідними мовними засобами. Наприклад, «... коли Маруся працює в **зашмарованій блюзі, штаних та кепці**, вона виглядає значно **грубшою** і впевненішою...» (КУ.– 1932.– №33). Нівелювання жіночих рис відбувалося не лише за допомогою нав'язування традиційно чоловічих ролей, професій, а й за допомогою зовнішньої схожості жінки з чоловіком, її маскулінізації. Наприклад, «Першою відповідала [на конференції] **Пролетарська**. Одіта в робочу блюзку й спідницю, з **гладко наче в хлопця зачесаним волоссям**» (Р.– 1932. – №7); «Софія Островська – худорляве дівча в **хлоп'ячому комбінезоні**, з неслухняним пасмом темного волосся... З першого погляду не вірилось, що ця невеличка струнка дівчина – науковий співробітник інституту АН. Коли б не її **засмальцьований одяг** і не замащені пальці, я подумав би, що переді мною спритний фізкультурник... Юний учений в хлоп'ячому комбінезоні і дамських туфлях на високих каблуках більше не вражав мене своєю молодістю» (У.– 1946.– №4-5). В останньому прикладі актуалізація мілітарних, власне, чоловічих рис є цілком зрозумілою, оскільки йдеться про повоєнний період.

Наступний приклад яскраво демонструє намагання партії зробити всіх однаковими, оскільки автор статті за зовнішнім виглядом навіть не зрозумів, хто перед ним стоїть: жінка чи чоловік, тому свідомо називає цю істоту «особою» (атомом, масою без статі). «З кабіни трактора вискочила **особа** й жваво рушила до нас. **Одежа** на ній була **мужеська: одностілі оверголі**. Але хід її говорив, що це жінка – молода жінка, що скоро була коло нас» (Р.– 1932.– №3).

Оскільки одяг вважається метонімією сексуальності, то неможливість сконструювати свій зовнішній вигляд, свою репрезентацію жіночності й сексуальності бажаним чином було причиною гендерної травми радянських жінок. На протигагу цим бажанням у публікаціях створювався образ свідомої, скромної жінки, а будь-який потяг до красивого одягу, білизни чи модних атрибутів різко засуджувався за допомогою нагнітання в контексті відповідної оцінної лексики. Ця «скромність», «простота», пропагована авторами публікацій, мали символізувати ще й «робітниче» походження жінки і центрованість не на матеріальному світі «буржуазної» розкоші, а на комуністичних ідеалах. На думку В.Суковатої, «скромна жінка» символізувала слухняну й «приборкану» сексуальність, що не становить небезпеки для суспільства... Тому в радянській офіційній пропаганді не існувало «суспільного замовлення» на «вродливу» (читай — сексуальну) жінку [9,77]. Дослідниця вважає, що «відчуття міри», «простота» і «скромність» домінували в радянській моді з двох причин. По-перше, ще діяла інерція аскетичних ідеалів перших десятиліть Радянської влади... По-друге, «скромність» заохочувалася в рамках ідеології колективізму — дисципліна вимагала не вирізнятися з маси. У цьому контексті епітет «простий» вбудовувався вже в інший синонімічний ряд: «серйозний», «надійний», «чесний» і навіть «партійний» [9,77]. Наприклад: «У **пролетарській моді** повинні відбитися розмах та широчінь соціалістичного будівництва. **Наша мода – красива простота, легкість, гнучкість. Для соціалістичного будівництва потрібні сила та здоров'я. Це означає, що наша мода – гігієна. Для соціалістичного будівництва потрібні товариські взаємини між чоловіками та жінками. Наша мода проти всього, що принижує жінку до засоба насолоди, що перетворює її на крам, який продається з прилюдного торгу**» [КУ.– 1928. – №14].

Таким чином, проаналізувавши основні способи нівелювання «фемінного» і «маскулінного» у мові ЗМІ 20 – 40 рр. ХХ ст., ми помітили певну тенденцію: гендерні особливості «нових» радянських людей не бралися до уваги, тобто вони перетворювалися на безликий елемент соціуму, натовп, який, за С. Павличко, не має статі. Також у цей період відбувається розширення семантики частовживаних слів: лексеми «скромна», «немодна», «несексуальна» вбудовуються в синонімічний ряд «ідеальна», «партійна», «свідома» жінка!

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Агеева В. Жіночий простір: Феміністичний дискурс українського модернізму : монографія / Віра Агеева . – К. : Факт, 2003. – 320 с.
2. Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики / Бацевич Ф. С. . – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. – 278 с.
3. Герман І. Експресивна тональність публіцистичного дискурсу тоталітарної журналістики (на матеріалі запорізької преси 20 – 40 років ) ХХ ст. // Вісник Київського нац. Ун-ту ім. Т. Г. Шевченка. – 2004. – №12. – С. 35–38.
4. Гловінський М. 12 Польських Есеїв. Copyright by Ośrodek Badań nad Tradycją Antyczną Uniwersytet Warszawski / Міхал Гловінський – Warszawa, 2001. – 254 с.

5. Забужко О. Хроніки від Фортінбраса. Вибрана есеїстика / Оксана Забужко . – 3-є вид., доповн. – К. : Факт, 2006. – 352 с.
6. Масенко Л. Мова і політика / Лариса Масенко – Київ, 1999. – 100 с.
7. Орлова Т. Радянський тоталітаризм і жіноцтво в контексті історіографії // Український історичний журнал. – 2009. – №3. – С. 184–198. .
8. Ставицька Л. Актуальні проблеми сучасної української гендерної лінгвістики : [http://linguistics.kava.kiev.ua/seminar/2003/12/18/sem01\\_01\\_6.html](http://linguistics.kava.kiev.ua/seminar/2003/12/18/sem01_01_6.html).
9. Суковата В. Гендерна ідентичність і конструювання пам'яті кризових моментів історії: жіночі стратегії виживання // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2009. – №2. – С. 67–96.
10. Федорова О. Сучасний український мас-медійний дискурс як предмет дослідження гендерної та когнітивної лінгвістики // Рідна школа. – 2007. – № 6. – С. 67–69.
11. Яворська Г. Прескриптивна лінгвістика як дискурс: Мова, культура, влада / Г. М. Яворська – К.: ВПОЛ, 2000. – 288 с.
12. [http://uk.wikipedia.org/wiki/Homo\\_Sovieticus](http://uk.wikipedia.org/wiki/Homo_Sovieticus). 13. Бородин А., Бородин Д. Баба или товарищ? Идеал новой советской женщины в 20-30-х годах. [http://www.a-z.ru/women\\_cd1/html/borodini.htm](http://www.a-z.ru/women_cd1/html/borodini.htm)

В статье анализируются вербальные особенности формирования гендерной политики в украинских средствах массовой информации 20–40-гг. XX ст. с учетом идеологических канонів и классового подхода, характерных для прессы указанного периода.

Ключевые слова: феминное, гендерная политика, средства массовой информации, дискурс, советская идеология, языковые средства, тоталитарный режим.

Verbal peculiarities of forming gender policy in Ukrainian mass-media in 20-40s of 20<sup>th</sup> century are analyzed taking into account ideologic canons and class approach which are typical for the press of the mentioned period.

Key words: feminine, gender policy, mass-media, discourse, soviet ideology, means of language, totalitarian society.

УДК 811.161.1'373

*Г. О. Денискіна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАГОЛОВКІВ-ПАРАДОКСІВ У МОВІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ГАЗЕТНОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ**

У статті розглядається специфіка функціонування парадоксальних висловлень у заголовках української газетної публіцистики, описується різниця між парадоксами й антиноміями, логічними парадоксами і власне парадоксальними висловленнями, з'ясовується стилістичні прийоми створення заголовка-парадоксу, розмежовуються семантичні та стилістичні парадоксальні висловлення у газетних заголовках.

Ключові слова: парадокс, антиномія, логічний парадокс, заголовок, стилістичний прийом, семантичний та стилістичний парадокс.

Сучасний інформаційний простір продукує усе нові й нові засоби масової комунікації, однак і традиційні газетні видання допоки залишаються надзвичайно дієвим чинником впливу на суспільну думку. Невід'ємною частиною газетного матеріалу є заголовок. Саме з нього читач починає перегляд видання, визначаючи, з якими матеріалами варто ознайомитись, а які залишити поза увагою. Це спонукає публіцистів до пошуку і активного використання у заголовному комплексі нових, більш дієвих, експресивних виражальних засобів. Ці засоби, у свою чергу, передбачають глибину сприйняття і вимагають читацької активності, готовності до спільної творчості. На таку співтворчість автора і читача розраховані у сучасній українській газетній публіцистиці **заголовки-парадокси**.

Термін «парадокс» у логіці означає «неочікуване, незвичне, дивне висловлення, яке різко не узгоджується із загально визнаною думкою або навіть суперечить здоровому глуздові» [4,431], «міркування, яке приводить до двох протилежних висновків» [3,465]; у філософії визначається як «суперечливе міркування, що зумовлене не порушенням внутрішньо-теоретичних правил, а їх позапредметним застосуванням» [3,465]. Парадокси інколи використовують як доведення неспроможності людського розуму осягнути істину, розглядають як інтелектуальні лабіринти, із яких неможливо знайти вихід. Парадокси також часто ототожнюють з антиноміями – поєднанням двох суперечливих суджень про один і той самий об'єкт, кожне з яких істинне відносно цього об'єкта і кожне з яких припускає однаково переконливе логічне обґрунтування. Антиномічність притаманна газетній публіцистиці, оскільки обов'язково пов'язана з нестандартністю сприйняття, осмислення й оцінювання всього, що відбувається. Тобто антиномія парадоксальна за своєю сутністю. Однак головна відмінність антиномії від парадоксу у тому, що антиномія не дана у безпосередньому досвіді, вона не може бути сприйняття органами чуттів, з нею не співвіднесено певних реалій, подій, предметів. Антиномія – це результат особливого нестандартного осмислення дійсності, особливого