

4. Barre S. A.-M. La boîte à outils de la publicité / S. Barre, A.-M. Gayrars-Carrera. – Paris : Dunod, 2015. – 191 p.
5. Garfinkel G. Ethnomethodology and the Defining Questions of Pragmatism / G Garfinkel // Qualitative Sociology. – 2011. – Vol. 34. – No. 1. – P. 278.

Салко О. В. Специфика рекламного слогана как разновидности речи.

Статья посвящена анализу французских рекламных слоганов с целью определения их структурных и семантических особенностей. Описаны основные характеристики рекламного слогана, что выделяет его среди других видов рекламных текстов и обуславливает его определение как разновидности речи. Изучена роль визуального компонента при рассмотрении рекламного слогана, а также средств выразительности при его создании. Исследование проводится на базе французских рекламных слоганов, ориентированных на внутренний потребительский рынок.

Ключевые слова: рекламный лозунг, рекламный слоган, разновидность речи, визуальный компонент, средства выразительности.

Salko O. V. Specifics of Advertising Slogan as Kind of Speech.

The paper deals with specifics description of the advertising slogan as a kind of speech. Nowadays, advertising has probably become one of the most powerful communication tools used by marketers and it performs an important role in today's informational society, which is characterized by a heavy competition. Being a part of consumer society, people see it every day in newspapers, television, public transport, on the radio, etc. The paper gives the analysis of the French advertising slogans, as a result of which the structural and semantic features of this phenomenon are defined. The main characteristics of an advertising slogan distinguishing it as a separate kind of speech from the other types of advertising texts are described. The role of the visual component is studied. The research is based on the French advertising slogans focused on the domestic market. The research discovered the most typical linguistic and pragmatic characteristics of the advertising text, namely: a wide use of cliché structures, a variety of word-building models of product branding, rhetorical figures that have an argumentative function etc.

Keywords: an advertising motto, an advertising slogan, a kind of speech, a visual component, expression means.

УДК 811.111:82-7

Самохіна В. О., Кузнєцова О. В.
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна

ІДІОДИСКУРС
ЯК ПРОЯВ ЛІНГВОКРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ АВТОРА
В КАРНАВАЛЬНІЙ СВІДОМОСТІ
(на матеріалі художніх текстів американського письменника Дейва Баррі)

У статті крізь призму антропоцентричності досліджуються особливості ідіодискурсу американського письменника-гумориста Дейва Баррі. Авторська індивідуальність та творчий потенціал, представлені в його текстах, є проявом лінгвокреативного мислення. Креативність як інструмент створення карнавальної моделі світу автора втілюється в його стилі, манері письма, темах, сюжетах, образах тощо. Комічна тональність художніх текстів Дейва Баррі формує карнавальну модель світу, особливе світосприйняття, яке проявляється у формі графо-фонетичних та стилістичних прийомів.

Ключові слова: гумористична комунікація, ідіодискурс, карнавальна свідомість, креативність, лінгвокреативне мислення.

Одним із пріоритетних інтересів лінгвістів незмінно залишається питання взаємозалежності мови та людини, її роль у творенні текстового простору, адже “будь-

яка окрема людська індивідуальність, узята у її відношенні до мови, – це особлива позиція у баченні світу” [6, с. 80]. Останні десятиліття ХХ – початку ХХІ сторіччя відзначаються “переходом від дослідження мови як жорстко і чітко структурованої сутності до її вивчення як невід’ємної складової світу людини – творця й користувача мови” [27, с. 44]. З усвідомленням цього, виникає необхідність у вивченні механізмів вербалізації людиною знань про навколишній світ та особливостей їх передачі у процесі комунікації. Питання взаємообумовленості людини та мови стали фундаментальною основою антропоцентричного напрямку лінгвістичних студій, предметом розгляду якого є: 1) визначення того, як людина впливає на мову і 2) визначення того, як мова впливає на людину, її свідомість, культуру [14, с. 8].

У лінгвістиці відбулася зміна пріоритетів, і фокус досліджень переорієнтувався з “текстоцентричності” на “людиноцентричність”, де мова як продукт творчості мовної особистості досліджується в комплексі з постаттю автора, особливостями його світогляду, індивідуальним добром мовних засобів, представлених у його ідіодискурсі.

Особливий інтерес до індивідуальних особливостей авторського світосприйняття та його відображення у площині дискурсу дозволило виділити окремий вид дискурсу – ідіодискурс (термін ідіодискурс був уведений у вжиток А. А. Ворожбитовою та її учнями [4; 11; 23]). Центральним поняттям їх дослідження стала мовна особистість, тобто людина, яка здатна чинити мовленнєві дії [21, с. 5]. З-поміж інших виділяється “її особливе використання мови [...] для вираження власної особливої ментальності, [...] особливої ідеології” [22, с. 38].

Ідіодискурсивні розвідки також представлено в ряді наукових робіт вітчизняних та закордонних лінгвістів, чії дослідження проектуються переважно у площину художнього дискурсу [1; 7; 19; 28], а також драматичного [26], лірико-поетичного [20], наукового [9; 13], політичного [11] дискурсів тощо, які під ідіодискурсом розуміють “сукупність мовно-когнітивних механізмів створення текстового простору тим чи іншим автором, що відрізняє його дискурс від інших” [2, с. 55], єдність “індивідуальних особливостей авторського світосприйняття та його відображення в їх художніх текстах” [19, с. 46]. Також, слід відзначити інтерес до поняття ідіодискурсу в когнітивній лінгвістиці (пор.: ідіодискурс – це “середовище існування індивідуальної концептосфери автора, яке надає надійний матеріал для виявлення системи ключових концептів письменника, що генерують його дискурс, через установалення способів їх мовної репрезентації та актуалізації” [3, с. 42].

Метою статті є уточнення поняттєво-термінологічних параметрів ідіодискурсу, а також верифікація отриманих результатів на матеріалі художніх текстів сучасного американського письменника-коміка Дейва Баррі.

Антропоцентрична орієнтованість ідіодискурсу існує “в нерозривному поєднанні мови з мисленням, світоглядом, культурою індивіда” [10, с. 1], як “індивідуально-авторський мисленнєво-мовленнєвий континуум” [25, с. 209], представлений корпусом текстів, “зв’язок між якими встановлюється на основі критеріїв змістовності: теми зв’язані одна з одною, семантичними зв’язками та виступають в загальній системі висловлень, об’єднаних в комунікативному та функціональному відношенні” [30, с. 127]. Інтелектуальне пізнання дійсності втілюється в мові творчої особистості, зокрема, особистості письменника, його ідіодискурсі. Ідіодискурс – це специфічне, продумане та усвідомлене самовираження автора, яке формує його образ, упізнаваність, стиль у певних умовах спілкування, як загальні, так і окремі характеристики; текст як вербальна складова усної чи письмової комунікації;

комунікативна ситуація, в якій автор переслідує, в основному, естетичні цілі, а письменник-гуморист – до того ж, і ціль розсмішити, розважити [17, с. 89–90].

Отже, це особистий індивідуальний спосіб автора організації власних знань, ідей або досвіду, які він утілює в мові (усно або письмово), яка виступає посередником між ним та його аудиторією. Ідіодискурс – це зразок вербальної та невербальної поведінки креативної мовної особистості у комунікативному просторі з урахуванням екстралінгвістичних факторів; творчий прояв авторської рефлексії, яка існує у сукупності тематично наближених текстів, пройнятих індивідуально-авторським баченням картини світу, його лінгвокреативним мисленням, що втілюється в ключових образах, темах, наборі виражально-зображальних засобів, за якими ми впізнаємо “руку майстра”.

Уважаємо, що ідіодискурс певного автора може виражатись не лише у художньому дискурсі, а й в інших типах дискурсу, наприклад політичному, педагогічному, науковому, гумористичному тощо, тому, що у різних дискурсах є видатні особистості, які виділяються своїм “авторським почерком”, креативній манері письмової та усної комунікації. Такий прояв авторської індивідуальності та неповторності “дає індивідові можливість проявити себе в якості особистості, що поводить себе в діалогічній взаємодії пасивно або у ролі комунікативного лідера, виразити особливості свого темпераменту, показати прихильність до [...] стилю мовного спілкування” [24, с. 136].

У художньому тексті адресант, тобто автор, виступає, перш за все, носієм певного світоспоглядання, з яким мислячий читач співвідносить свою модель світу, свою систему цінностей. “Його роль не лише не обмежує, але й заохочує самотутнє, оригінальне бачення світу, власний підхід до матеріалу, власні мірки, власну мову, коротше кажучи, творчу свободу. Особистісний характер художнього тексту має суттєвий вплив на рівні стилю: тенденцію до словесної образності. Це цілком природньо, оскільки оригінальні словесні образи, сутність та способи передати певний нетрадиційно та суб’єктивно змальований зміст, для якого в мові немає готових виразів” [8, с. 84-85]. “Руку майстра” ми визначаємо по вже знайомим авторським прийомам (стилістичним, графічним тощо) – він вкладає важливу інформацію, в якій “завжди міститься певне ставлення мовної особистості до одиниць/ форм/ структур мови, які ця особистість актуалізує з різною мірою усвідомленості і цілеспрямованості у своїй мовній діяльності. При цьому потенційний адресат є найважливішим фактором, [...] оскільки суб’єкт мови завжди орієнтований на сприймаючу свідомість, на комунікативно-пізнавальні здібності адресата” [29, с. 8].

На формування авторського індивідуального образу, на його особистий стиль впливає *лінгвокреативне мислення* як механізм підтримання балансу між дійсністю та мовою. Лінгвокреативне мислення дає можливість творчо відійти від стандартних способів вираження самосвідомості автора, його мовного самовираження, де останнє залежить від рівня лінгвістичної компетентності, тобто володіння лексикою, граматиною, вміння адекватно сприймати та створювати тексти у відповідності до комунікативних задач тощо. Для такого типу мислення властиві: 1) оперування мовними одиницями на основі асоціативних наближень; 2) реалізація мовного потенціалу в сфері варіювання та конструювання форм і значень; 3) прояв закономірності до порушення мовного стандарту в мові мовця [5]. Поділяємо думку І. К. Кобякової, яка визначає лінгвокреативне мислення як “мовленневу свідомість, спрямовану на породження нових мовних сутностей шляхом трансформації присутніх у мовному просторі елементів” [12, с. 20].

В основу лінгвокреативного мислення покладено відчуття креативності як “безперервного процесу творення, протягом якого мовець/письменник породжує необмежену кількість свіжих та образних продуктів з обмеженої кількості існуючих ресурсів задля задоволення конкретної комунікативної мети” [31, с. 15]. Креативність виступає в якості інструменту реалізації індивідуально-авторського стилю, прояву творчого потенціалу, дає можливість урізноманітнити свою творчість, надати їй “нових барв”, відмовитись від шаблонності. Наділені креативним мисленням автори володіють тонким відчуттям мови та стилю, що дозволяє їм творчо підходити до процесу текстотворення, вміло граючи з формою та значенням слова. Такі особистості не бояться виходити за загальноприйняті рамки, творити щось нове, вони є “бунтівниками” в іманентному світі мови, творчо впливаючи на нього.

Сучасний світ неможливо уявити без *Homo Communicans* – людини, що спілкується, *Homo Artifex* – людини, що творить, *Homo Ludens* – людини, що грає, *Homo Ridens* – людини, що сміється, – чотирьох антропоцентрів, на яких будується гумор і завдяки яким існує *гумористична комунікація*. Саме тому питання всебічного дослідження гумористичного спілкування, а разом із цим, і гумористичних текстів, які породжуються в цій комунікації, набувають сьогодні особливої актуальності [15, с. 8]. Проблема розуміння комічного тексту стоїть досить гостро в сучасному суспільстві: його зміст спонукає *Homo Ridens* до мислєдіяльності – найактивнішого процесу мислення, а не лише сприйняття готового, нерєфлективного розуміння. Комічний текст є продуктом інтенціональної лінгвокреативної діяльності індивідів або окремого автора. Ініціатором включення комічного тексту в гумористичний дискурс є реальний мовець – адресант (автор тексту), який переслідує його певні комунікативні цілі: прогнозує можливу інтерпретацію тексту з боку адресата і, організуючи гумористичний дискурс, прагне до того, щоб його розуміння адресатом співпало з цією інтерпретацією.

Автор у своїх комічних творах створює карнавальну модель світу – особливе світосприйняття, її карнавальні сміхові варіанти розвиваються діалектично. Це – так званий “карнавалізований діалог”, який інтерпретується як “двоголосне слово”, де домінує слово автора, яке виражається в емоційній єдності та спільності автора та читача – ігрового діалогу, в якому сміх виступає як елемент ігрового ставлення до оточуючого світу, до людини, до мови [16, с. 62]. Одна з форм карнавалу – писемна – це її художня переробка та інтерпретація в авторському ідіодискурсі сміхової культури, де автор використовує “механізм кар навальності”: карнавальні теми, сюжети, образи, індивідуальний комічний стиль. Це також, – здатність до блазенства видатних письменників та вчених, у яких карнавальність може розглядатись як окремий творчий метод автора, як певне бачення дійсності.

Яскравим прикладом особистості, якій притаманний лінгвокреативний спосіб мислення є сучасний американський письменник-гуморист Дейв Баррі, ідіодискурс якого наскрізно пронизаний креативністю та гумором. Отже, ми можемо виділити так званий “карнавальний тип свідомості”. “Його основним представником є діалогічна особистість жартівника, яка заграє з адресатом, з універсумом, “переодягаючись” у блазня, використовуючи елементи театральної гри, маски, демонструючи карнавальну семантику, що виявляється в свободі висловлення, інконгруентності, амбівалентності, порушенні норм, тобто перевертанні світу догори ногами. Жартівник створює своєрідну “пастку” і заманює адресата в своє карнавальне “дійство”, змушуючи його грати за правилами карнавальності, яка є колективним явищем. Карнавальна символіка – це карнавальний простір “навиворіт”, це бурлеск, травестія, гротеск, пародія як найпоширеніші карнавальні прийоми” [18, с. 119–120].

Лінгвокреативне мислення та карнавальна свідомість Дейва Баррі проявляються у формі: а) графо-фонетичних прийомів; б) стилістичних прийомів. Удаючись до таких прийомів, автор задає настанову на комічність, яка полягає в акцентуванні уваги саме на тих фразах або словах, які автор вважає ключовими для створення комічного ефекту.

До першої групи відносимо:

1) Курсив:

“You can’t read anything. At least I can’t. Actually, this started happening to me when I was 48; I started noticing that when I tried to read restaurant menus, they looked like this:

Entrees

Broasted free-range fennel shootlets with modules of prawns -- \$19

Pecan-encrusted apricot-glazed garlic-enhanced shank of frog -- \$27

Liver « en Fester » dans une bunche de creme de corne -- \$21” [3, p. 10];

У цьому прикладі Дейв Баррі, використовує шрифт *Monotype Corsiva*, для звернення уваги на таку проблему, як раптове погіршення зору. Обрання шрифту малого розміру ще більше привертає увагу до цієї проблеми. Комізм полягає в абсурдності, тому що в назвах закусок поєднано зовсім несумісні складові. Автор представляє читачеві нечитабельне меню, аби той, з одного боку, посміявся, намагаючись перекласти та з’єднати в одне ціле компоненти страв, а з іншого, – щоб останній зрозумів, наскільки важко живеться людям з вадами зору.

2) Графічні знаки:

“*We ask that those of you with small shrieking children please asssidaisaas* (*^*&^^hey can somebody fix this goddam)*” [2, p. 45].

У наведеному прикладі автор використовує графічні знаки замість лайливого слова, перекладаючи okazionalizm *asssidaisaas*, який можна перекласти як “усадить цього невігласа”, (*assis* – уживання французького дієслова *asseoir* в індикативі, *dais* – звукове відтворення англійського прикметника *this*, а також уживання англійського іменника *ass*). Використання невербальних графічних засобів замість лайливих слів, у поєднанні з авторським тлумаченням цієї фрази – “*^*&^^ *агов, чи може хтось вгамувати це бісове дитя*”, надають їй ще більшої експресивності та емоційності.

3) Капіталізація:

30. “... *It’s also very easy for the “out-of-towner” to use, thanks to the logical, easy-to-understand system of naming trains after famous letters and numbers. ... which look like this:*

A 5 N 7 8 c 6 AA MID-DOWNTOWN 73/8

EXPRESS LOCAL ONLY LL 67 +

DDD 4 I K AAAA 9 ONLY

EXCEPT CERTAIN DAYS BB eg 3

MIDWAY THROUGH TOWN 1 7 D

WALK REAL FAST AAAAAAAAAA 56

LOCALIZED ExpREss-6

llyu 4 I, 539

AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA” [1, p. 66];

Дейв Баррі вдається до капіталізації, щоб привернути увагу читача до okazionalnih назв потягів. Він висміює складну організацію системи метро у Нью Йорку, яка складається з 20 ліній та 24 маршрутів. Кожному маршруту відповідає певний колір та літера. Ще однією незручністю є те, що деякі станції працюють не цілодобово або не працюють у вихідні. Усе це спричиняє величезні труднощі для

туристів. Тому Дейв Баррі вигадує неіснуючі назви потягів, щоб поглузувати з цього. Остання фраза прикладу експлікує збентеженість та нервово виснаження пасажира.

Друга група прийомів представлена стилістичними засобами. Серед найчастотніших виділяємо такі:

1) Алюзія:

“There are two major schools of thought on how to pack for travelling. These are known technically as “my school” and “my wife’s school”. My school of packing is that you should never carry more things than you can fit into a standard sandwich bag. ... My wife, on the other hand, would not think of leaving the house for even a half hour without sufficient possessions in her purse alone to establish a comfortable wilderness homestead” [2, p. 23].

У цій ситуації комічність досягається через стилістичний прийом алюзії на прийнятний суспільством стереотип про те, як чоловіки збираються у подорож. Автор порівнює дві протилежні точки зору чоловіка та дружини на те, яку кількість речей необхідно брати у подорож. Він порівнює процес збирання валізи жінкою з тотальним спустошенням оселі, тоді як чоловік бере лише самі необхідні речі, які можна легко вмістити у пакет для сандвіча.

2) Парадокс:

“But you should definitely visit the Louvre, a world-famous art museum where you can view, at close range, the backs of thousands of other tourists trying to see the Mona Lisa, which actually was stolen in 1978, but the crowd is so dense that it doesn’t matter” [2, p. 141].

У прикладі автор використовує прийом парадоксу та життєву реалію – екскурсія історичними місцями. Туристи, замість того, щоб побачити відому картину – портрет Мони Лізи з близької відстані, розглядають спини один одного. Але й це вони роблять дарма, бо шедевр, насправді, є підробкою. Справжню ж картину було викрадено ще у 1978 році.

3) Самоіронія:

“I realize I sound insecure here, but if you really wanted to see insecure, you should have seen me in eighth grade. I was a mess. That was why I developed a sense of humor. I needed something to do at parties. The other boys, the boys who had wavy hair and reasonable hormone-activity levels, would be necking with girls, and I would be over by the record player, a short radiation victim in horn-rimmed spectacles, playing 45s and making jokes to entertain the 10-year-old brother of whoever was holding the party” [1, p. 135].

Дейв Баррі використовує прийом самоіронії. Він порівнює свій зовнішній вигляд у дитинстві, з виглядом людини, що потрапила під вплив радіації, в рогових окулярах, яка на свята ставить у програвач вінілові пластинки та розважає 10-річного брата – організатора вечірки. Тобто, вади його зовнішності у шкільні роки стали приводом розвинути почуття гумору.

4) Гіпербола:

“The turning point, in terms of my giving in to the concept of being a Television Personality, was when I let them put the styling mousse on my hair. Hair has always been my dividing line between television personalities and us newspaper guys. We newspaper guys generally have hair that looks like we trim it by burning the ends with Bic lighters. We like to stand around and snicker at the TV guys, whose hair all goes in the same direction and looks as though it’s full-bodied and soft, but which in fact has been permeated with hardened petrochemical substances to the point where it could deflect small-caliber bullets” [1, p. 136].

У наведеному прикладі автор використовує прийом гіперболи, порівнюючи стан волосся журналістів та ведучих на телебаченні. Він визнає, що любить стояти та хихотіти з телеведучих, адже їх зачіски є настільки сильно зафіксовані засобами для укладки, що ними можна відбити пулі малого калібру.

Проведене дослідження доводить, що лінгвокреативне мислення впливає на процес творення ідіодискурсу, який розгортається на текстовій площині, розкриваючи творчу індивідуальність автора. Отже, саме індивідуальне бачення дійсності дозволяє письменнику визначити принцип мовної організації художнього тексту, креативно підійти до вибору теми, сюжету, об'єкта зображення.

Текстове поле ідіодискурсу Дейва Баррі складають графо-фонетичні та стилістичні прийоми, добір яких робить художні тексти автора унікальними, неповторними, свідчать про гарне почуття гумору автора.

Перспективи дослідження вбачаємо у вивченні механізмів комічного в ідіодискурсі Дейва Баррі.

Л і т е р а т у р а :

1. *Бабич В. І.* Ліричне “я” в ідіодискурсах Р. Фроста і К. Сендберга: лінгвокогнітивний і комунікативно-прагматичний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / В. І. Бабич. – Херсон : Херсонський державний університет, 2017. – 24 с.
2. *Бабич В. І.* Особливості ідіодискурсу К. Сендберга / В. І. Бабич // *Мова і культура*. – 2014. – Вип. 17. – Т. 5. – С. 52–61.
3. *Брославська Л. Я.* Об'єктивація американського лінгвокультурного концепту ВІЙНА в ідіодискурсі Ернеста Хемінгуея : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Любов Ярославівна Брославська. – Х., 2016. – 221 с.
4. *Ворожбитова А. А.* Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты : дис. ... докт. філол. наук : 10.02.19 / Александра Анатольевна Ворожбитова. – Краснодар, 2000. – 500 с.
5. *Гридина Т. А.* Языковая игра: стереотип и творчество [Электронный ресурс] / Т. А. Гридина. – Екатеринбург, 1996. – Режим доступа : <http://gigabaza.ru/doc/110519.html>.
6. *Гумбольдт В. Ф.* Избранные труды по языкознанию / В. Ф. Гумбольдт ; пер. с нем., под ред. и предисл. Г. В. Рамишвили. – М. : Прогресс, 1984. – 396 с.
7. *Дембовська Л. М.* Оказіональні композити в ідіодискурсі Джерома К. Джерома / Л. М. Дембовська. – Житомир : Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка (45), 2009. – С. 172–175.
8. *Долинин К. А.* Интерпретация текста: французский язык : уч. пос. / К. А. Долинин. – 2-е изд., исп. и доп. – М. : КомКнига, 2005. – 304 с.
9. *Дружинина В. В.* Лингвориторические параметры идиостиля как выражение менталитета языковой личности ученого (А. Ф. Лосев) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.19 / Варвара Валентиновна Дружинина. – Сочи, 2004. – 215 с.
10. *Єсипенко Н. Г.* Лексико-семантичні компоненти авторського стилю і мовна картина світу (на матеріалі англійської прози воєнної та мирної тематики) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Н. Г. Єсипенко. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т імені Ю. Федьковича, 2007. – 20 с.
11. *Кегеян С. Э.* Лингвориторические параметры политического дискурса (на материале текстов идеологов большевизма) : монография / С. Э. Кегеян, А. А. Ворожбитова. – Сочи : РИЦ СГУТиКД, 2011. – 156 с.
12. *Кобякова І. К.* Природа лінгвокреативної функції / І. К. Кобякова, О. О. Кобяков // *Trends of Language Cultures Development through the Prism Correlation between Communicative Functions: CXXXII International Research and Practice Conference and III stage of the Championship in Philological Sciences*. – London : IASHE, 2016. – P. 19–21.
13. *Кузнецова Л. Н.* В. В. Виноградов как профессиональная языковая личность ученого-филолога: лингвориторический аспект : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.19 / Лариса Николаевна Кузнецова. – Сочи, 2013. – 234 с.
14. *Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира* / Б. А. Серебренников, Е. С. Кубрякова, В. И. Постовалова и др. – М. : Наука, 1988. – 216 с.
15. *Самохіна В. О.* Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США : монографія / В. О. Самохіна. – 2-е вид., перер. і доп. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 360 с.

16. Самохіна В. А. Карнавал как эмоциональная экспрессия игры / В. О. Самохіна // Сьомий міжнародний форум. Сучасна іноземна філологія: дослідницький потенціал : тези доповідей у 2-х ч. / за ред. проф. В. О. Самохіної. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. – С. 61–63.
17. Самохіна В. А. Карнавальная рефлексия в комическом идиодискурсе / В. О. Самохіна // Художні феномени в історії світової літератури: перехід мови в письменництво (“Екоцентризм: культура і природа”) : тези доповідей III Міжнародної наукової конференції. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – С. 89–91.
18. Самохіна В. О. Карнавальне світовідчуття в сучасному номосі / В. О. Самохіна // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : тези доповідей XVI наукової конференції з міжнародною участю. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – С. 119–120.
19. Сас В. З. Маркери когерентності в ідіодискурсі Франца Кафки : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Васеліна Зеновійвна Сас. – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2017. – 199 с.
20. Свинцова І. О. Лінгвостилістичні засоби художнього впливу у лірико-поетичному дискурсі Байрона : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Ірина Олександрівна Свинцова. – Херсон, 2016. – 250 с.
21. Седов К. Ф. Дискурс и личность : эволюция коммуникативной компетенции / Константин Федорович Седов. – М. : Лабиринт, 2004. – 320 с.
22. Степанов Ю. С. Альтернативный мир. Дискурс. Факт и принцип Причинности / Ю. С. Степанов // Язык и наука конца XX в. – М. : Рос. гуман. ун-т, 1995. – С. 35–73.
23. Субботина И. К. Языковая и литературная личность А. Гайдара в лингвориторических параметрах советского художественно-идеологического дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Инга Кеворковна Субботина. – Сочи, 2011. – 232 с.
24. Сусов И. П. Грамматика говорящего / И. П. Сусов // Актуальные проблемы коммуникативной грамматики; Тульск. гос. пед. ун-т. – Тула, 2000. – С. 130–138.
25. Тихонова А. Б. Особенности языковой личности ученого – представителя русского космофилософского дискурса / А. Б. Тихонова // European Researcher. – 2010. – № 2. – С. 207–211.
26. Федоренко Л. В. Вербальна репрезентація комічного у драматургічному дискурсі Фрідріха Дюрренматта : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Л. В. Федоренко. – Х. : Харків. нац. ун-т імені В. Н. Каразіна, 2012. – 20 с.
27. Фролова І. Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі : монографія / І. Є. Фролова. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – 344 с.
28. Ходос І. Лексико-стилістичні особливості ідіодискурсу С. Фіцджеральда / І. Ходос // Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2014. – Вип. 128. – 604 с.
29. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия : учеб. пос. / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта; Наука, 2006. – 136 с.
30. Чернявская В. Е. Дискурс и дискурсивный анализ: традиции, цели, направления / В. Е. Чернявская // Стереотипность и творчество в тексте. – Пермь, 2002. – С. 122–135.
31. Pope R. Creativity: Theory, History, Practice / Rob Pope. – London and New York : Routledge, 2005. – 302 p.

Ілюстративний матеріал :

32. Barry D. Dave Barry's Greatest Hits / D. Barry. – N. Y. : Ballantine Book, 1989. – 287 p.
33. Barry D. Dave Barry's Only Travel Guide You'll Ever Need / D. Barry. – N. Y. : Ballantine Book, 1991. – 192 p.
34. Barry D. Dave Barry Turns 50 / D. Barry. – N. Y. : Ballantine Book, 1998. – 224 p.

References :

1. Babich V. I. Lirychne “ya” v idiodyskursakh R. Frosta i K. Sendberga: lnhvokohnityvnyi i komunikatyvno-prahmatychnyi aspekty [Lyrical “I” in R. Frost and K. Sandberg idiodiscourses: lingvocognitive and communicative-pragmatic aspects] : avtoref. dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.04 / V. I. Babich. – Kherson : Khersonskiy derzhavnyi universytet, 2017. – 24 s.
2. Babich V. I. Osoblyvosti idiodyskursu K. Sendberga [Peculiarities of K. Sandberg's idiodiscourse] / V. I. Babich // Mova i kultura. – 2014. – Vyp. 17. – T. 5. – S. 52–61.
3. Broslavska L. Ya. Obiektivatsia amerykanskooho lnhvokulturnoho kontseptu VIINA v idiodyskursi Ernesta Heminhueia [Objectification of American lingvocultural concept WAR in Ernest Hemingway's idiodiscourse] : dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.04 / Liubov Yaroslavivna Broslavska. – Kh., 2016. – 221 s.

4. *Vorozhbitova A. A.* Lingvoritoricheskaya paradigma: teoreticheskie i prikladnye aspekty [Lingvorhetorical paradigm : Theoretical and applied aspects] : dys. ... dokt. filol. nauk : 10.02.19 / Aleksandra Anatolyevna Vorozhbitova. – Krasnodar, 2000. – 500 s.
5. *Gridina T. A.* Yazykovaya igra: stereotip i tvorchestvo [Language game: stereotype and creation] [Elektronnyy resurs] / T. A. Gridina. – Ekaterinburg, 1996. – Rezhym dostupa : <http://gigabaza.ru/doc/110519.html>.
6. *Gumboldt V. F.* Izbrannye trudy po yazukoznaniyu [Selected works on linguistics] / V. F. Gumboldt ; per. s nem., pod red. i predisl. G. V. Ramishvili. – M. : Progress, 1984. – 396 s.
7. *Dembovska L. M.* Okazionalni kompozyty v idiodyskursi Dzheroma K. Dzheroma [Occasional compound words in Jerome K. Jerome's idiodiscourse] / L. M. Dembovska. – Zhytomyr : Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo universytetu imeni Ivana Franka (45), 2009. – S. 172–175.
8. *Dolinina K. A.* Interpretatsiya teksta: frantsuzskii yazyk : uc. pos. [Text interpretation: French language : manual] / K. A. Dolinina. – 2-e izd., isp. i dop. – M. : KomKniga, 2005. – 304 s.
9. *Druzhynina V. V.* Lingvoritoricheskije parametry idiostilya kak vyrazhenie mentaliteta yazykovoy lichnosti uchenogo (A. F. Loseva) [Lingvorhetorical features of idiostyle as an expression of mentality of the linguistic personality (A. F. Losev)] : dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.19 / Varvara Valentinovna Druzhynina. – Sochi, 2004. – 215 s.
10. *Yesypenko N. H.* Lexiko-semantichni komponenty avtorskoho stylu i movna kartyna svitu (na materiali anhlomovnoi prozy voiennoi ta myrnoi tematyky) [Lexico-semantic components of the author's style and linguistic world-image (a case study of English prose of military and peaceful teams)] : avtoref. dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.04 / N. H. Yesypenko. – Chernivtsi : Chernivetskii nats. un-t imeni Yu. Fedkovycha, 2007. – 20 s.
11. *Kegeyan S. E.* Lingvoritoricheskije parametry politicheskogo diskursa (na materiale tekstov ideologov bolshyvizma) [Lingvorhetorical features of the political discourse (a case study of the Bolshevism ideologists' texts)] : monografiya / S. E. Kegeyan, A. A. Vorozhbitova. – Sochi : RITS SGUTiKD, 2011. – 156 s.
12. *Kobiakova I. K.* Pryroda linhvokreatyvnoi funktsii [Nature of the lingvocreative function] / I. K. Kobiakova, O. O. Kobiakov // Trends of Langusge Cultures Development through the Prism Correlation between Communicative Functions: CXXXII International Research and Practice Conference and III stage of the Championship in Philological Sciences. – London : IASHE, 2016. – P. 19–21.
13. *Kuznetsova L. N.* V. V. Vinogradov kak professionalnaya yazykovaya lichnost uchenogo-filologa: lingvoritoricheskii aspekt [V. V. Vinogradov as a professional linguistic personality of scientist-philologist: longvorhetorical aspect] : dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.19 / Larisa Nikolaevna Kuznetsova. – Sochi, 2013. – 234 s.
14. Rol chelovecheskogo faktora v yazyke: Yazyk i kartina mira [The role of human factor in language: Language and worldview] / B. A. Serebrennikov, E. S. Kubriakova, V. I. Postovalova i dr. – M. : Nauka, 1988. – 216 s.
15. *Samokhina V. O.* Zhart u suchasnomu komunikatyvnomu prostori Velykoi Brytanii ta SShA [Joke in modern communicative space of Great Britain and the USA] : monografiya / V. O. Samokhina. – 2-e vyd., perer. i dop. – Kh. : KhNU imeni V. N. Karazina, 2012. – 360 s.
16. *Samokhina V. A.* Karnaval kak emotsionalnaya ekspressiya igry [Carnival as an emotional expression of the game] / V. A. Samokhina // Somyi mizhnarodnyi forum. Suchasna inozemna filolohiya: doslidnytskiy potentsial : tezy dopovidei u 2-h ch. / za red. prof. V. O. Samokhinoi. – Kh. : KhNU imeni V. N. Karazina, 2016. – S. 61–63.
17. *Samokhina V. A.* Karnavalnaya refleksiiia v komicheskom idiodyskursi [Carnival reflection in comic idiodiscourse] / V. A. Samokhina // Hudozhni fenomeny v istorii svitovoi literatury: perehid movy v pysmennytstvo ("Ekotsentryzm: kultura i pryroda") : tezy dopovidei III Mizhnarodnoi naukovoii konferentsii. – Kh. : hNU imeni V. N. Karazina, 2017. – S. 89–91.
18. *Samokhina V. O.* Karnavalne svitovidchuttia v suchasnomu nomosi [Carnival world perception in modern nomos] / V. A. Samokhina // Karazinski chytannia: Liudyna. Mova. Komunikatsiya. : tezy dopovidei XVI naukovoii konferentsii z mizhnarodnoiu uchastiu. – Kh. : KhNU imeni V. N. Karazina, 2017. – S. 119–120.
19. *Sas V. Z.* Markery koherentnosti v idiodyskursi Frantsa Kafky [Coherent markers in Franz Kafka's idiodiscourse] : dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04 / Vaselina Zenoviivna Sas. – Lviv : Lvivskiyi natsionalnyi universytet imeni Ivana Franka, 2017. – 199 s.
20. *Svyntsova I. O.* Linhvostylistichni zasoby hudozhnogo vplyvu u liryko-poetychnomu dyskursi Bairona [Lingvostylistic devices of literary influence in Byron's lyric-poetic discourse] : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.04 / Iryna Oleksandrivna Svyntsova. – Kherson, 2016. – 250 s.
21. *Sedov K. F.* Diskurs i lichnost : evolyutsiya komunikativnoy kompetentsyi [Discourse and personality: evolution of communicative competence] / Konstantin Fedorovich Sedov. – M. : Labirint, 2004. – 320 s.

22. *Stepanov Yu. S.* Alternativnyy mir. Diskurs. Fakt i printsyp Prichinnosti [Alternative world. Discourse. Fact and the reason of causativity] / Yu. S. Stepanov // Yazyk i nauka kontsa XX v. – M. : Ros. guman. un-t, 1995. – S. 35–73.
23. *Subbotina I. K.* Yazykovaya i literaturnaya lichnost A. Gaydara v lingvoritoricheskikh parametrah sovetskogo hudozhestvenno-ideologicheskogo diskursa [Language and literary personality of A. Gaydar in lingvorhethoric parameters of the Soviet art-ideology discourse] : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.19 / Inga Kevorkovna Subbotina. – Sochi, 2011. – 232 s.
24. *Susov I. P.* Grammatika govoryaschego [Speaker's grammar] / I. P. Susov // Aktualnye problemy kommunikativnoi grammatiki; Tuls. gos. ped. un-t. – Tula, 2000. – S. 130–138.
25. *Tihonova A. B.* Osobennosti yazykovoy lichnosti uchenogo – predstavatelya russkogo kosmofilosofskogo diskursa [The peculiarities of the linguistic persona-scientist – the representative of Russian cosmophilosophical discourse] / A. B. Tihonova // European Researcher. – 2010. – No. 2. – S. 207–211.
26. *Fedorenko L. V.* Verbalna reprezentatsiya komichnogo u dramaturhichnomu dyskursi Fridriha Diurrenmatta [Verbal representation of comic in dramaturgical Friedrich Dürrenmatt's discourse] : avtoref. dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.04 / L. V. Fedorenko. – Kh. : Kharkiv. nats. un-t imeni V. N. Karazina, 2012. – 20 s.
27. *Frolova I. E.* Stratehiya konfrontatsii v anhlovnomu dyskursi [Strategies of confrontation in English discourse] : monografiya / I. E. Frolova. – Kh. : KhNU imeni V. N. Karazina, 2009. – 344 s.
28. *Hodos I.* Leksyko-stylistychni osoblyvosti idiodyskursu S. Fitsdzheralda [Lexico-stylistic peculiarities of S. Fitzgerald's idiodiscourse] / I. Hodos // Naukovi zapysky. Seriya: Filolohichni nauky (movoznavstvo). – Kirovohrad : RVV KDPU im. V. Vynnychenka, 2014. – Vyp. 128. – 604 s.
29. *Chernyavskaya V. E.* Diskurs vlasti i vlast diskursa : problemy rechevogo vozdeistviya [Discourse of power and power of discourse: problems of linguistic manipulation] : ucheb. pos. / V. E. Chernyavskaya. – M. : Flinta; Nauka, 2006. – 136 s.
30. *Chernyavskaya V. E.* Diskurs i diskursivnyi analiz: traditsii, tseli, napravleniya [Discourse and discourse analysis: traditions, goals, disciplines] / V. E. Chernyavskaya // Stereotipnost i tvorchestvo v tekste. – Perm, 2002. – S. 122–135.
31. *Pope R.* Creativity: Theory, History, Practice / Rob Pope. – London and NewYork : Routledge, 2005. – 302 p.

Illustrative Material:

32. *Barry D.* Dave Barry's Greatest Hits / D. Barry. – N. Y. : Ballantine Book, 1989. – 287 p.
33. *Barry D.* Dave Barry's Only Travel Guide You'll Ever Need / D. Barry. – N. Y. : Ballantine Book, 1991. – 192 p.
34. *Barry D.* Dave Barry Turns 50 / D. Barry. – N. Y. : Ballantine Book, 1998. – 224 p.

Самохина В. А., Кузнецова О. В. Идиодискурс как проявление лингвокреативного мышления автора в карнавальном сознании (на материале художественных текстов американского писателя-юмориста Дейва Барри).

В статье сквозь призму антропоцентричности исследуются особенности идиодискурса американского писателя-юмориста Дейва Барри. Авторская индивидуальность и творческий потенциал, представленные в его текстах, являются проявлением лингвокреативного мышления. Креативность как инструмент создания карнавальной модели мира автора воплощается в его стиле, манере письма, темах, сюжетах, образах и т.п. Комическая тональность художественных текстов Дейва Барри формирует карнавальную модель мира, особое мировосприятие, которое проявляется в форме графо-фонетических и стилистических приемов.

Ключевые слова: юмористическая коммуникация, идиодискурс, карнавальное сознание, креативность, лингвокреативное мышление.

Samokhina V. O., Kuznietsova O. V. Idiodiscourse as Manifestation of Author's Linguocreative Thinking in Carnival Consciousness (a Case Study of Literary Texts Written by American Writer-Humorist Dave Barry).

In the article features of idiodiscourse of the American writer-humorist Dave Barry are studied through the prism of antropocentricity. The author's individuality and creative potential, represented in his texts are the display of linguocreative thinking. Creativity as an instrument of creation of the author's carnival model of the world is shown up in his style, writing, themes, subjects, images etc.

Linguocreative thinking gives an opportunity to creatively deviate from standard ways of the author's self-consciousness, his verbal self-expression where the latest depends on the level of linguistic competence

that is grasp of vocabulary, grammar, ability to adequately perceive and create texts according to communicative tasks.

Comic tonality of the literary texts written by Dave Barry forms the carnival model of the world, special perception of the world, which arises in the form of phono-graphic and stylistic devices. Among the most specific phono-graphic devices italics, graphic signs, capitalization are singled out. Stylistic devices are represented by allusion, paradox, self-irony, hyperbole in Dave Barry's text of art.

Keywords: *humorous communication, idiodiscourse, carnival consciousness, creativity, linguo-creative thinking.*

УДК 811.111:[81'373:61

Соляненко О. Л.

Запорізький державний медичний університет

ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЕННЯ ТА ВЖИВАННЯ АБРЕВІАТУР МЕДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В АНГЛОМОВНИХ ІСТОРІЯХ ХВОРОБ

У статті проаналізовано творення та вживання різних видів абревіатур (скорочень) в англomовних історіях хвороб. Акцентовано увагу на існуванні різних поглядів лінгвістів на класифікацію та особливості творення скорочень лексичних одиниць медичної англomовної термінології. Розглянуто варіанти вживання можливих абревіатур медичних термінів, які використовуються при описі хвороб травної, нервової, серцево-судинної та дихальної систем.

Ключові слова: *абревіатура, медична термінологія, скорочення англійських медичних термінів, англomовні історії хвороб, особливості вживання англійських медичних термінів.*

Спеціалісту в галузі лінгвістики відомо, що абревіація – це один із способів утворення термінів. Сучасна медична термінологія – одна із найскладніших і найбільших систем термінів у змістовному відношенні. Останнім часом в історіях хвороб вітчизняні та закордонні лікарі часто вживають значну кількість скорочень та абревіатур, що є безпосереднім результатом сучасного розвитку інформаційних технологій. Це відбувається тому, що більшість нових термінів громіздкі і незручні у вживанні. А абревіатури ж, маючи невелику кількість графічних знаків, несуть у собі досить об'ємний інформаційний зміст. Якби не було скорочень, об'єм записів в історіях хвороб пацієнтів був би непомірно великим, що призвело б до перетворення історій хвороб в цілі томи рукописів. Англійська мова не є винятком. Щорічно лексика англійської мови у медичній сфері активно збагачується новими абревіатурами: акронімами та літерними скороченнями. Це викликано провідною роллю англomовних країн в розвитку медичної галузі, потребою в назвах нового обладнання, нових лікарських препаратів, лабораторних досліджень, методів лікування та інших.

В умовах світової глобалізації співпраця та взаємодія науковців, лікарів, студентів медичних вишів стала вкрай необхідною та доступною. Тому знання і досконале тлумачення сучасних англійських абревіатур є невід'ємною частиною професіоналізму фахівця будь-якої країни. Нерозуміння ж скорочень може призвести до ускладнень у лікуванні хворих або навіть бути небезпечним для здоров'я та життя пацієнта. У даній статті розглядаються особливості творення абревіатур, які вживаються в англomовному медичному дискурсі (на прикладах діагнозів історій хвороб пацієнтів, що страждають захворюваннями серцево-судинної, дихальної, травної та нервової систем).