

МАНІПУЛЯТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗВЕРТАНЬ-ЗАГАЛЬНИХ НАЗВ

У статті розглянуто специфіку реалізації маніпулятивного потенціалу звертань-загальних назв у межах тактики підвищення значимості співрозмовника. Виділено групи звертань-загальних назв, з'ясовано особливості їх функціонування як засобу здійснення маніпулятивного впливу.

Ключові слова: звертання-загальні назви, тактика підвищення значимості співрозмовника, маніпулятивна стратегія позитиву.

У другій половині ХХ століття провідне місце в лінгвістиці посідає функціонально-комунікативний напрям. І сьогодні дослідження в руслі прагмалінгвістики – науки, що вивчає принципи та правила спілкування з метою досягнення запланованого результату, – набули особливої актуальності.

Усе більший інтерес мовознавців привертають різні аспекти здійснення мовленнєвого впливу. Однією з впливових комунікативних стратегій є маніпулятивна стратегія позитиву. Удаючись до неї, мовець шляхом повідомлення співрозмовнику приємної інформації домагається зміни його поведінки чи ментального стану. Найяскравіше згадана стратегія представлена тактикою підвищення значимості співрозмовника через вираження мовцем позитивного ставлення до адресата або його позитивної оцінки, що має вигляд похвал, схвалення чи компліментів. У межах реалізації цієї тактики маніпулятивного потенціалу можуть набувати звертання-загальні назви.

Актуальність нашого дослідження зумовлена тим, що звертання-загальні назви як маніпулятивно марковані мовні засоби у зарубіжному та вітчизняному мовознавстві досі вивчалися мало. Ми ставимо своїм завданням показати специфіку функціонування звертань-загальних назв у межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву, виділити групи звертань-загальних назв, з'ясувати особливості розкриття їх маніпулятивного потенціалу.

Специфічною особливістю звертань є комунікативна поліфункціональність. Так, за допомогою звертань мовець може встановлювати, підтримувати та завершувати контакт із співрозмовником, привертати і переключати його увагу, а також давати оцінну характеристику адресату, полегшувати спілкування в майбутньому тощо.

Більшість дослідників звертань [Арутюнова: 355-356; Леонтьев: 81-94; Гольдин: 83; Скаб: 73; Загнітко: 267] стверджують, що звертання є компонентом, який дає характеристику особі, може позначати і визначати відносини між учасниками спілкування, має особливу інтенційну оформленість і особливе комунікативне призначення – керівництво поведінкою адресата [Городникова: 90]. В. Е. Райлянова вважає, що звертанням через їх емоційність і оцінність належить "презюмція" позитивного ставлення до співрозмовника при налагодженні контакту, встановленні міжособистісних зв'язків [Райлянова: 6].

Вивченню прагматичних особливостей звертань, у тому числі і їх прагматичної відповідності/невідповідності інтенціям мовця, присвячені праці В. Є. Гольдіна, І. В. Мальцева, Л. П. Рижової, М. Д. Городникової, Л. В. Корновенко, Е. С. Ветрової та ін.

Назви осіб як лексико-семантичну основу апелятивних номінацій поділяють на ідентифікувальні та кваліфікувальні номінації [Райлянова: 7]. Ідентифікувальними постають номінації осіб за їх реальними, диференційними ознаками, головними з яких є власне ім'я, стать, вік, сімейний чи соціальний стан, професія, рід занять, виконувана функція. Кваліфікувальні номінації є якісними й оцінними назвами осіб, пов'язаними з емоційним ставленням до них оточення. Їх комунікативне призначення – не називати співрозмовника, а приписувати йому певну ознаку. Місце такого (кваліфікувального) звертання – середина або кінець фрази [Райлянова: 12].

Звертання в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву може бути „самостійним”, тобто виступати основним засобом впливу на співрозмовника (зазвичай у таких випадках звертання супроводжують прохання, пропозиції, запитання) або входити до складу компліментарних висловлювань чи висловлювань, що виражають позитивне ставлення до співрозмовника. У ролі „самостійних” звертань у досліджуваній тактиці можуть уживатися лише кваліфікувальні номінації. Ідентифікувальні ж номінації-звертання входять до складу експресивів.

Розгляньмо групи звертань-загальних назв, що мають місце в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву.

Звертання, що позначають усталені в суспільстві номінації, які функціонують як етикетні. Звертання цієї групи можуть бути виражені: а) нейтральними формами іменників: *пане, пані, панове, сударю, містере, місіс, громадяно, громадяноне, товаришу, товариші* і т. п.; б) етикетними словами з конотацією урочистості та шанобливості: *ваша/твоя світлосте, ваша величність, ваша честь* (при звертанні до можновладців чи вищих посадових осіб у дореволюційні часи); в) пестливими та зменшувальними формами іменників: *паноньку, паночку, паниченьку, панночко* і т. п.

У ролі атрибутивних поширювачів згаданих номінацій найчастіше виступають прикметники, що виражають позитивне ставлення до співрозмовника (переважно повагу): *шановний/вельмишановний, поважний, достойний пане, високомаєстатна панно, наймиліший пане, кохана пані* та присвійні займенники (*мій, наш*).

Звертання на позначення статі співрозмовника: *чоловіче, жінко* (рідко – *чоловіки і жіноцтво*). Характеризуються нечастотністю і мають низький маніпулятивний потенціал.

Звертання, що позначають вік співрозмовника: *хлопчику, хлопче, дівчинко, молоді, юначе, юні друзі, панове мо'лодці, молодий звідарю* і т. п. У робочій картотечі не зафіксовано прикладів уживання лексем *малюче, малючко* для впливу на дітей. Частково це можна пояснити тим, що діти прагнуть швидше стати дорослими, а вищезгадані номінації підкреслюють те, що вони ще маленькі.

Цікаво, що звертання, які актуалізують старший вік, у досліджуваній тактиці є малочастотними порівняно зі звертаннями на позначення осіб молодого віку. Прикметники *старий, старі* зазвичай тут супроводжуються означуваними словами, що мають позитивне значення (наприклад, *орел, воїн*) або набувають його в контексті. Так, при поєднанні із прикметником *старий* у слові „вовк” сема „хижак” послаблюється, а словосполучення має позитивне значення „досвідчений”. Інакше кажучи, означувані слова можуть нейтралізувати негативне значення лексем *старий, старі*, надати їм таких позитивних конотацій, як „досвідчений”, „мудрий”, „розумний”, „випробований”, „бувалий” і т. п., наприклад: „[Поїдеш,] *старий лево, з молодим ор-*

лятком, [– *напучував гетьман сотника в присутності Тимоша (перед поїздкою до Криму. – І. Ш.), – навчив розуму козацького, та й ти зуби з'їв на тих крутіїствах татарських*]” (Н. Рибак).

Звертання, виражені субстантивованим прикметником *старі*, в робочій картотеці не зафіксовані. Субстантивований прикметник *старий* у ролі звертання в тактиці підвищення значимості співрозмовника функціонує як номінація дружності, що вживається щодо давнього приятеля чи старого друга як синонім до слова *старина*, наприклад: (літературний критик із метою гармонізації відносин заспокоює свого приятеля – поета, якому не було створено належних умов для презентації книжки) – *Ну що ти, старий, перестань! Ми ж тебе любимо і все розуміємо; [просто не тут і не зараз]* (С. Процюк).

Звертання на позначення місця проживання співрозмовника. У робочій картотеці знаходимо поодинокі приклади вживання таких звертань. Усі вони містять атрибутивний поширювач, що дає позитивну оцінку співрозмовнику чи виражає позитивне ставлення до нього мовця, наприклад: (пан коронний стражник, який вкрав дівчину, хоче запобігти її ласки, увійти в довіру) – *Добрідень, славна переяславко! [...Мої люди врятували тебе від страшної біди, красуне!]* (С. Тельнюк).

Звертання, що маркують соціальну роль співрозмовника: хазяїне, газдо, господарю, господине, куме, свате, шефе, імениннику, гості, гостоньки, колего, наречена, дружино, паніматко, муже, слідопити, посланче мого великого повелителя і т. п. Звертання на позначення соціальної ролі в досліджуваній тактиці часто виражаються пестливими та зменшувальними формами іменників: сватику, дружинонько, газдинько і под. При таких звертаннях атрибутивними поширювачами виступають прикметники, що дають позитивну оцінку співрозмовнику та його заслугам (достойний, царствений, відважний, душевний і т. п.), або прикметники, які виражають позитивне ставлення до нього (шановний, славний, дорогий, срібний, золотий, діамантовий, солодкий, світлий, коханий, любий і т. п.).

У робочій картотеці зафіксовано приклади функціонування в ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу звертання „шефе”, уживаного нижчим за посадою, статусом співрозмовником щодо вищого, але зазвичай молодшого адресата, а також щодо таксистів, шоферів, працівників міліції, ДАІ – з метою зменшення дистанції, наприклад:

[За кермом червоного легковика, який виповз із мийки, сидів ще зовсім юний хлопець].

– Шефе, підкинь у центр, [– звернувся до нього Тищенко. – Бо наша тачка щось забарахлила. – І показав на білий автомобіль з піднятим капотом, біля якого порався Дряпун. Хлопцеві полестило слово "шеф". Він кивнув на сидіння; машина зірвалась з місця] (В. Савченко).

Звертання, що актуалізують соціальний статус співрозмовника: *бароне, князю, княгине, княгинечко, царю, імператрице* і т. п. Такі звертання в більшості випадків поширюються прикметниками на зразок *благочестивий, любий, вельмишановний, шановний, преславний, найясніший, найсвітліший, пресвітлий, ясно-вельможний, милостивий, великий* та под. Найчастіше необхідність підкреслення міжособистісної дистанції виникає тоді, коли „між комунікантами існує значна статусна дистанція, і при цьому статус партнера вищий від статусу суб'єкта” [ЯКМИСЛ: 267]. Тобто нижчі за статусом удаються до підкреслення статусу свого співрозмовника.

У робочій картотеці є приклад, у якому мовець при звертанні з маніпулятивною метою повинен свідомо завищити статус свого співрозмовника, щоб полестити йому, наприклад: [Він (Б. Хмельницький. – І. Ш.) покликав джуру і наказав йому негайно їхати до Чигирина й запросити в гості військового осавула].

– Скажеш Барабашеві, [– навчав Богдан,] – що пан Хмель знайшов ще одне барильце малаги, але не наважується відкрити його без допомоги пана Барабаша. А тому уклінно просить вас, **пане гетьмане**<...> так-так, саме **пане гетьмане!**<...> приїхати до нього, бо ж звик найкраще вино пити тільки з найдорожчими гостями (В. Кулаковський). Назвавши осавула гетьманом, джура непрямо покаже, що він припускає можливість заміщення співрозмовником такої статусної позиції, вважаючи його, відповідно, гідним цього.

Звертання на позначення віросповідання співрозмовника: *християни православні, рабо божжа, рабе божий, браття-християни* і т. п. Прикладів уживання звертань цієї групи в тактиці підвищення значимості співрозмовника в робочій картотеці зафіксовано порівняно небагато. Звертання-номінації, що маркують віросповідання співрозмовника, дозволяють мовцю непрямо апелювати до моральності адресата, його поступливості, смиренності, доброти,

щедрості, мудрості та інших чеснот, які передбачає віра, наприклад: (підкуплений війтом священик прийшов насильно повінчати доньку війта з сином кріпачки Олени) – *А так, так, рабо божя, вже не буде те одиноко мешкати, а будете мати поміч надійну, і, я б сказав, багатство прийде на цей ґрунт, почнеться красне життя з сусідами... Бо то ж і в Біблії пишеться...* (М. Крилатий); (полонений гармаш просить селян-повстанців про помилування) – *Помилуйте, люди добрі, чесні браття-християни<...>* (М. Івасюк).

Звертання, що позначають посаду, професійну належність співрозмовника. Такі звертання в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника виражаються: а) іменниками: *десантники, (святий) отче, панотче, батюшко, генерале, гетьмане, майоре, полковнику, капітане, отамане, осавуле, сотнику, козаче, воїне, професоре, інструкторе* і т. п.; б) словосполученнями: „іменник *пане, пані, панове* чи *товариш, товариші* + іменник на позначення роду діяльності чи професії співрозмовника”: *панове хлібороби/офіцери, пане вйте/сотнику, товаришу капітане, пане чарівник* і т. п.; „прикметник на позначення позитивної оцінки співрозмовника + іменник на позначення роду діяльності чи професії співрозмовника”, наприклад: *побожний магістре, добрий поете, великодушний воїне, добрий ага, хоробрий гетьмане, славний кожум'яко*; „прикметник на позначення позитивного ставлення до співрозмовника + іменник на позначення роду діяльності чи професії співрозмовника”, наприклад: *великий полководцю/візирю, достойний восвода, глибокошановний пане Президенте, вельмишановний професоре, шановний отамане.*

Звертання, що позначають професійну і службову належність, до складу яких входять атрибутивні поширювачі, в досліджуваній тактиці можуть супроводжуватися присвійними займенниками (*мій, наш*) та вигуками (переважно *о*).

Показовим є те, що звертання на позначення службової належності, застосовуються переважно нижчим у посаді щодо вищого. У такий спосіб нижчий у посаді / за званням прагне підкреслити вищий службовий ранг співрозмовника.

Звертання на позначення родинних взаємин. Звертання-імена родинності в маніпулятивній стратегії позитиву представлені: а) нейтральними формами іменників: *батьку, тату, дядьку, тітку, мамо, свахо, сестро, кузине/кузино, брате, брати, сину, дочко, дитино, діти,*

тестю; б) пестливими й емоційно забарвленими формами іменників: *папашо, таточко, татусю, батечку, батечки, мамцю, мамочко, матусю, мамуню, мамцюню, тітонько, тіточко, дядечку, синачку, синку, синачки, сестричко, сестрице, кузиначко, братику, братку, браття, братове, донечко, доцю, доню, дитинко, дітки, дитя* (мос), *тестоньку, дідусю, дідусику, бабусю, бабуцю, бабусечко, бабунечко* і под.; в) субстантивованими прикметниками: *рідний/рідна, ріднесенький/ріднесенька, ріднюсінський/ріднюсінська*; г) словосполученнями: „іменник на позначення родинних зв'язків + прикметник + присвійний займенник *мій/моя, мос, мої*”, наприклад: *далекий мій родичу*.

Іменами родинності постають також номінації, вживані у вторинному значенні щодо незнайомих або щодо знайомих як бажані номінації, які не відповідають дійсності, наприклад: лексема *мамо* до „потенційної” тещі: (Гострохвостов прийшов на іменини до матері дівчини, до якої залицяється, із наміром сподобатись)

[ГОРПИНА. *Хто тут уліз у хату? Чого це Педора репетує? Чи це ви, Свириде Івановичу?*]

ГОСТРОХВОСТИЙ. *Це я, мамо!* [Добрідень вам в вашій господі] (І. Нечуй-Левицький).

Вторинні номінації родинності щодо незнайомих є оцінно-конотативними й соціально забарвленими. Вони, „скорочуючи дистанцію між співрозмовниками, ніби програмують позитивне ставлення і тому часто передують проханням” [Городникова: 88]. В. Е. Райлянова вважає, що оцінка людей, із котрими мовець не пов'язаний родинними зв'язками, яку містить таке звертання, „дається не тільки і не стільки адресату мовлення, скільки ситуації спілкування в цілому як такий, що репрезентує певний проміжок об'єктивної дійсності” [Райлянова: 5].

У ролі вторинних номінацій родинності в досліджуваній стратегії часто функціонують лексеми *батьку, брате, братику, братове, сестро, сестричко, сестрице, доню, сину, синку, синачки, дитино, діти, дитя, бабусю*, наприклад:

(Нухим хоче дешево купити нивку в старій Грицихи)

[— *А тебе ж яка хвороба так пізно носить? Не міг зачекати до рана?*

— *Що хвороба? Нащо хвороба має носити?*] Я до вас за інтересом, мамуню.

[– *Сусе Христе! Забрав'єсь мені рідні діти, а тепер мене такий паршак мамунею кличе! – бурмотіла під носом...*] (Б. Лепкий).

При вторинних номінаціях родинності до складу звертань часто входять присвійні займенники й атрибутивні поширювачі *рідний/рідна, ріднесенький/ріднесенька*.

У робочій картотечі є приклад, у якому лексема *брати*, вжита в значенні вторинної номінації родинності, сполучається з лексемою „пани”, наприклад: (отаман виступає перед козаками з промовою, надиhaючи їх на перемогу у битві) – *Оце прибули ми, пани брати, до Тавані-острова, що на ньому бусурманський Аслан-город стоїть* (Марко Вовчок).

Звертання, що прямо виражають позитивне ставлення до співрозмовника. Такі звертання-номінації в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву представлені: а) іменами дружності, за допомогою яких створюється дружня тональність спілкування: *друже, дружище, друже сотнику, подруго, приятелю, побратиме, земляче, старина, старий, друзі, товариство, славне лицарство запорозьке*; б) іменниками на позначення влади, володіння: *володарю/володарко, владичче, велителю/велителько, повелителю/повелителько*, що часто поширюються прикметниками (*дорогий, великий, преславний* і под.); в) словосполученнями: „атрибутивний поширювач + (присвійний займенник (*мій, моя, мої, моє, наша/наша, наші*)) + іменник на позначення: міфічних істот і релігійних понять (*ангеле, ангелятко/янголятко, ангелику, русалко, богине*), персоніфікованих найменувань, серед яких вирізняються: 1) назви рослин (переважно квітів): *південна трояндо, запашна трояндо Шіразу, чудова квіточко Едему, лотосовий квіте*; 2) назви органів людського тіла: *серце, серце моє кохане, моє серденько любе*; 3) назви предметів: *ціточко, пуколько, сосуде іскусительний, найцінніша перло держави Османів*; 4) назви птахів: *голубе, голубоньки, голубчику, голубонько, зозулько, лебедуку, соколику, куріпочко, качечка, соловеєчко, вуточко, соколики, ластівко, орли*; 5) назви тварин: *зайчику, котику, леве, ясочко*; б) назви явищ природи: *чиста краплинка роси*; 7) назви небесних світил: *сонце, сонечко, сонінко наше красне, зірочко, зірко, найкраща зірко світу*; г) пестливо-зменшувальними словами: *лапочка, золотко, крихітонько* та под.; д) субстантивованими прикметниками: *цяцяний, любий, коханий, діамантовий, брильянтовий*

(розм.), *дорогий, дороженький, дорогесенький, солодкий, солоденький, вафельний, ясний, ясновельможний, преславний, єдиний, золотий, милий, сердечний, найсвітліший, ласкавенький, чудовий* і т. п.; е) абстрактними іменниками: *радісте, щастя, щастячко, раю, кохання, життя, душе, душенька, скарбе, золото, у(в)тіхо, порадонько, доленько, світ моїх очей, мріє*".

Серед звертань цієї групи спостерігаються й індивідуально-авторські найменування на зразок *ліпото уязвляющая, ласа хвилино, притулок щастя*, наприклад: (дяк залицяється до молодиці Солохи) *ДЯК.] О, ліпото уязвляющая, сосуде іскусительний!* [*Хитриши, а розумієш добре, чого алчет душа моя!*] (М. Старицький).

Звертання, що дають позитивну оцінку співрозмовнику. Звертання-оцінні номінації в досліджуваній стратегії можуть бути виражені іменниками, субстантивованими прикметниками, словосполученнями „прикметник + іменник”, „іменник + іменник”, за допомогою яких дається оцінка співрозмовнику, зокрема його: а) розумових здібностей: *найсвітліший, наймудріший, хранителю мудрості пророка* і т. п.; б) моральних якостей: *добродію, добродієчку, благодійнику, добрий/милостивий, ласкавий, великодушний пане, хороша дівчино, добродії, люди добрі, наші добрі і вірні люди, чесні лицарі* та ін.; в) зовнішності: *красунечко, красуне, красунчику/красавчику, красна дівчино, чарівна королево, чорноброва/чорнобрива, мої молодички гарнесенькі* і под.; г) особистісних якостей: *хоробрій молодче, сміливці, хоробрі мужі варязькі, відважні мої слідопити* і т. п.; д) різних якостей і заслуг, наприклад: (бідний селянин запевняє податкового інспектора, який прийшов накласти на нього штраф через несплату податків, що йому нічим сплатити борг) – *Хороми?! Ей де! Хоромів нема, просе пана, штири голі стіні, та й по всему. Бідно си діє,] пишний, та й годний, та чемний панчіку!* (М. Черемшина).

Звертання-кваліфікувальні назви часто мають складну структуру, що утворюється внаслідок об'єднання кількох лексем та їх поширювачів у сурядні ряди. У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву частотними є кваліфікувальні звертання складної будови, наприклад: (візир Агмед-баша домагається грошей від султанки за повідомлення цікавої для неї інформації) – *О, найкраща з жінок Падишаха, о Радісна Мати Принца Селіма, нехай Аллаг буде йому прихильний від коліски до гробу. Я прийшов зло-*

жити чолобитню наймогутнішій з жінок султана в тій надії, що вона буде їй наймилолюбивіша для вірного свого слуги (О. Назарук).

Кваліфікувальні звертання на позначення позитивної оцінки співрозмовника можуть мати вигляд фразеологізованих сполук на зразок *наймудріший серед скіфів, найхоробріший з найхоробріших, лицарю між лицарями* тощо.

Отже, звертання є активним мовним засобом впливу, що, крім своєї основної функції привертання уваги, може спричинити зміну ментального й емоційного стану адресата. У межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву представлено такі групи звертань-загальних назв: етикетні звертання; звертання, що маркують стать, вік, місце проживання, соціальну роль, соціальний статус, віросповідання, посаду, професійну належність адресата; звертання на позначення родинних взаємин; звертання, що прямо виражають позитивне ставлення до співрозмовника; звертання, які дають позитивну оцінку співрозмовнику.

Перспективу подальших мовознавчих студій становлять дослідження прийомів, що дозволяють підсилити маніпулятивність звертань при створенні мовцем позитивної тональності спілкування.

ЛІТЕРАТУРА

- Арутюнова: Арутюнова, Н. Д. Предложение и его смысл: логико-семантические проблемы. Изд. 4-е, стереотипное – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 384 с. – (Лингвистическое наследие XX века).
- Гольдин: Гольдин, В. Е. Обращение: теоретические проблемы. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1987. – 130 с.
- Городникова: Городникова М. Д. Гендерный аспект обращений как фактор речевого регулирования // Гендер как интрига познания: сборник статей. – М.: Рудомино, 2000. – С. 81-92.
- Загнітко: Загнітко А. П. Теоретична граматики української мови: Синтаксис: Монографія. – Донецьк: ДонНУ, 2001. – С. 265-269.
- Леонтьев: Леонтьев А. П. Обращение как компонент высказывания // Вопросы грамматики русского языка. Функциональный анализ единиц морфолого-синтаксического уровня: сборник научных трудов. – Иркутск: Изд-во Иркутского ун-та, 1981. – С. 81-94.
- Райлянова: Райлянова, В. Е. Семантичний простір звертання в сучасній російській мові: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. – Дніпропетровськ, 2001. – 17 с.

Скаб 2003: Скаб М. С. Прагматика апеляції в українській мові: навчальний посібник. – Чернівці: Рута, 2003. – 80 с.

ЯКМИСЛ: Апресян В. Ю., Апресян Ю. Д., Бабаева Б. Э. и др. Языковая картина мира и системная лексикография / Отв. ред. Ю. Д. Апресян. – М.: Языки славянских культур, 2006. – 912 с.

Iryna Shkitska. Manipulative Value of Adresses by Common Names

Peculiarities of realization of manipulative value of addresses by common names as a tactics of intensifying the importance of interlocutor are analyzed. Groups of addresses by common names are arranged, peculiarities of their functioning as a means of influence and their role in the utterance are defined.

Key words: address by common name, tactics of intensifying the importance of interlocutor, manipulation strategy of positive.

УДК 81*367.7

Оксана Мусик (Тернопіль)

ПЕРСОНІФІКАЦІЯ ЯК ВИЯВ АВТОРСЬКОГО СВІТОБАЧЕННЯ (НА МАТЕРІАЛІ ПОЕЗІЙ ІГОРЯ КАЛИНЦЯ)

Стаття присвячена аналізу персоніфікацій в авторській картині світу І. Калинця. У ході дослідження описано функціонально-семантичні особливості уособлень, які характеризують світобачення Ігоря Калинця, та визначено їхню національно-ментальну специфіку в ідіолекті поета-шістдесятника.

Ключові слова: персоніфікація, троп, індивідуально-авторська картина світу, Ігор Калинець.

У сучасних наукових розвідках метафору розглядають не лише як троп, а й як засіб формування понять, що здатний відображати та зберігати особливості певної культури, у ній відбивається генетична