

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ГАЙДАНКА ДІАНА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК 811.111'373.612+81'271:791.43

**ДИСЕРТАЦІЯ
ОКАЗІОНАЛЬНЕ СЛОВОТВОРЕННЯ
У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ:
ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ І КОМУНІКАТИВНО-КОГНІТИВНИЙ АСПЕКТИ**

10.02.04 – германські мови

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук

Дисертація містить результати
власних досліджень.
Використання ідей,
результатів і текстів інших
авторів мають посилання на
відповідне джерело

_____ Д. В. Гайданка

Науковий керівник –
доктор філологічних наук, професор
Ніконова Віра Григорівна

Запоріжжя – 2018

АНОТАЦІЯ

Гайданка Д. В. Оказіональне словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі: лінгвокогнітивний і комунікативно-когнітивний аспекти. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук (доктора філософії) за спеціальністю 10.02.04 – Германські мови. – Запорізький національний університет, Запоріжжя, 2018.

У дисертації висвітлено лінгвокогнітивну природу та комунікативно-когнітивний потенціал оказіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі шляхом застосування інтегрованої методики лінгвокогнітивного і комунікативно-когнітивного аналізу оказіональних лексичних одиниць (далі ОЛО) з метою вивчення їх функціонування як маркерів «аудіальної видовищності» (термін наш – Д. Г.) й оптимізації маніпулятивного впливу на глядацьку аудиторію.

Матеріалом дослідження слугувала драмедія «Секс та місто», представлена аудіо-візуальним протоколом (2837 сторінок) і корпусом 1265-ти оказіонально маркованих контекстів, у яких функціонує 2431 ОЛО.

Драмедія «Секс та місто» є гібридним розважальним телевізійним жанром кінодискурсу, який у дисертації потрактовано, з опертям на ґрунтовні наукові напрацювання вітчизняних і зарубіжних мовознавців, як самоорганізовану мультимодальну єдність аудіо-візуальної (представленої кінодіалогом) і вербальної (представленою кінотекстом) складових. Кінодискурс характеризується рядом дієгетичних та екстрадієгетичних особливостей, що маніфестуються в нелінійній дворівневій комунікації (крізьфільмовий рівень: колективний автор → колективний адресат; внутрішньофільмовий рівень: персонаж → персонаж) і ефекті зовнішнього підслуховування.

Специфічна проблематика – стиль життя реалізованої тридцятилітньої жительки мегаполісу, її стереотипні романтично-сексуальні пошуки, баланс між коханням і стосунками на одну ніч, феміністичними переконаннями на протигагу традиційним цінностям – зробила драмедію «Секс та місто» культовою, а

харизматичних героїнь – рольовими моделями для жінок ХХІ століття. Прагматична спрямованість драмедії зумовлює її основні функції – маніпуляцію, спрямовану на стимулювання бажаної реакції колективного адресата, й атракцію – розширення цільової аудиторії. Колективний автор драмедії (продюсерсько-знімальні колективи) вдається до лінгвокреативних пошуків із метою підвищення аудіальної видовищності та цитованості персонажів драмедії, що зумовлює застосування численних новотворів (ОЛО) у внутрішньофільмових діалогах. ОЛО вживаються в оказіонально маркованих контекстах, представлених монологічними і діалогічними інтерперсонажними репліками. ОЛО є спонтанно-креативними мовленнєвими утвореннями, що віддзеркалюють словесну майстерність персонажів на дієгетичному рівні й іллокутивний маніпулятивний ефект – на екстрадієгетичному.

Оскільки в основі лінгвокреативності не лише художньо-естетичні принципи, а й складні мисленнєві процеси, у дисертаційному дослідженні розглядається когнітивна природа ОЛО крізь призму нерозривного комплексу метаконтексту, мислення, мови і мовлення. Інтерпретація інформаційного навантаження ОЛО у кінодискурсі заснована на спільному репозитарії знань – точках перетину соціокультурного контексту, фонових знань і асоціативно-ціннісних характеристик колективного адресата й адресанта. Розкриття лінгвокогнітивного навантаження ОЛО уможливорює комплекс когнітивних процесів за такою послідовністю: когнітивна процедура → когнітивна операція → когнітивний механізм, що дозволяє змоделювати алгоритм лінгвокогнітивного конструювання значення відповідних ОЛО.

Методику комплексного аналізу лінгвокогнітивної природи ОЛО застосовано у дисертації з метою визначення способу творення ОЛО і конструювання її значення для розкриття імпліцитних смислів, закодованих в ОЛО, що передають фрагменти агрегованого, конденсованого та модифікованого знання.

Агреговані способи словотворення, засновані на прирощенні фрагментів нового знання, засвідчили найвищу словотворчу активність у корпусі ОЛО драмедії «Секс і місто». Специфічна проблематика серіалу зумовила значну

кількість композитів та афіксатів, утворених від ненормативних і нецензурних твірних основ. Абсолютну більшість складає осново- та словоскладання, представлене адитивними і парасинтетичними композитами, які складаються з генеративного компонента – ядра та референта, що є носіями кванту знання і в процесі прирощення один до одного, утворюють новий інформативний простір. Значення композитних ОЛО є контекстуально-зумовленим і розкривається у контексті. Найпродуктивнішими виявилися адитивні ендосентричні композити та голофразисні конструкції. Афіксація виявилася менш частотною. Префіксація та суфіксація продемонстрували майже ідентичну репрезентативність, тоді як афіксація та циркумфіксація виявилися малочастотними.

Модифіковані способи словотворення посідають другу за кількісними показниками позицію та представлені конверсією і словотворенням за аналогією. Серед конверсійних моделей високою частотністю відзначилися саме нетрадиційні другорядні моделі (гіпостаз, субстантивація службових частин мови), однак традиційні моделі – вербалізація іменників та ад'єктивація – також продемонстрували словотворчу активність у драмедії «СТМ». Словотворення за аналогією, що ґрунтується на лінгвокогнітивній процедурі модифікації інформаційно-змістового навантаження, репрезентовано двома типами: аналогією за словотвірним зразком в ідентичному мікроконтексті й аналогією за сталим значенням. З метою здійснення комічного ефекту персонажі обіграють нейтральні слова із повсякденного лексикону, проводячи на перший погляд нелогічні чи неприпустимі асоціативні зіставлення.

Конденсоване знання, засноване на лінгвокогнітивній процедурі компресії, репрезентовано у драмедії найменше, що пояснюється складністю вигадкування й інтерпретації блендів у процесі конвенційного комунікативного акту. Персонажі застосовують контаміновані одиниці та скорочення з гумористичною метою, тобто колективний автор опосередковано через персонажів веде мовну гру з глядачем. Найвищою частотністю відзначилися накладальні та субституційні бленди, а також складові та складноскладові скорочення.

Крізь призму комунікативно-когнітивної парадигми okazіональне словотворення у драмедії «Секс та місто» характеризується подвійною цільовою спрямованістю й дворівневим характером зображення дійсності. На екстрадієгетичному рівні ОЛО є елементом ідіолекту персонажів драмедії «СТМ» й сприяють експресивному конструюванню образу персонажа, особистість якого корелює з ціннісно-світоглядним набором глядача. На дієгетичному рівні ОЛО сприяють самовираженню персонажів, представленню себе як сформованого бренду. Колективний автор експлуатує наявні мовні ресурси з метою продукування новотворів, що привертають увагу глядацької аудиторії, а відповідно акцентують на стереотипних жіночих проблемах.

ОЛО виступають інтенсифікаторами маніпулятивного впливу колективного автора на світоглядні принципи глядацької аудиторії. Методику комплексного аналізу комунікативно-когнітивного потенціалу ОЛО застосовано для дослідження функціонування ОЛО в okazіонального маркованому контексті, з'ясування її ролі у формуванні стилістичної фігури, що бере участь у реалізації комунікативного прийому (набору вербально-невербальних засобів для забезпечення успішності комунікативного акту та попередження комунікативної невдачі), тактики (комунікативного вміння для налагодження успішної взаємодії та здійснення запланованого впливу) і стратегії (інтенційної спрямованості та прогнозування здійснюваного ефекту).

У драмедії «Секс і місто» ОЛО актуалізують дві комунікативні стратегії: стратегію маніпулятивної самопрезентації і стратегію маніпулятивної презентації інших персонажів, які демонструють майже ідентичну репрезентативність.

КС маніпулятивної самопрезентації здійснюється у драмедії «СТМ» у двох напрямках – позитивному та негативному. Вербальним актуалізатором КС маніпулятивної самопрезентації стає експресивна лексика, тобто ОЛО (бленди, композити, голофразисні конструкції, афіксальні новотвори, скорочення у складі фігур якості і кількості, риторичних запитань), які виконують різні стилістичні функції, що реалізують КТ і КП відповідної КС.

Позитивна маніпулятивна самопрезентація превалює у драмедії і представлена кооперативною тактикою передачі позитивної інформації про себе шляхом комунікативних прийомів самореклами, екземпфікації, апелювання до асоціацій глядацької аудиторії та апелювання до емоцій адресата.

Негативна маніпулятивна самопрезентація, представлена некооперативною тактикою передачі негативної інформації про себе, є менш репрезентативною, що зумовлено комічністю зображуваних у драмедії подій і специфікою пліткування ('girl-talk'). Персонажі доволі рідко вдаються до прийомів епатажу, саморозкриття та «втечі від саморозкриття», ще рідше – до прийому неввічливості, застосовуючи ОЛО як прагматично дискурсивні маркери.

Стратегія маніпулятивної презентації інших персонажів представлена кооперативною тактикою позитивної презентації інших персонажів, реалізованою шляхом комунікативного прийому «сяючих узагальнень» і тактикою бондингу, в основі якої єднання з іншими героями на основі жартівливого ставлення до ситуації. Некооперативна тактика негативної презентації інших персонажів втілюється комунікативними прийомами лейбеллінгу та неввічливого глузування, однак вони мають жартівливе забарвлення, адже спрямовані на висміювання стереотипних гіпертрофованих проблем переважно жіночої аудиторії. Негативна презентація втілюється різними словотвірними типами ОЛО, що виражають сарказм, непристойний гумор, дотеп. З огляду на цільову аудиторію драмедії «СТМ» тактики негативної презентації інших персонажів представлені значно рідше у порівнянні з кооперативними.

Дискурсивна реалізація маніпулятивної стратегії самопрезентації і стратегії маніпулятивної презентації інших персонажів варіюється у залежності від структурно-композиційних форм драмедії (назва епізоду, вступ, основні події – 2 комічні сюжети, 2 серйозні сюжети, заключна частина, позакадрові коментарі) і авторських інтенцій, а саме: заінтригувати, підтримати інтерес, здійснити постановку проблеми, спростувати чи підтвердити її, звернутися до глядацького загалу з метою провокування емпатії та ідентифікації з колективним адресатом.

У назві епізоду виявлено тенденцію до застосування стратегії маніпулятивної самопрезентації кооперативною тактикою передачі позитивної інформації про себе шляхом застосування комунікативного прийому апелювання до асоціацій глядацької аудиторії.

Для прологу характерними виявилися дві тактики стратегії маніпулятивної презентації інших персонажів: кооперативна тактика позитивної презентації інших персонажів шляхом прийому «сяючих узагальнень» і некооперативна тактика негативної презентації інших персонажів шляхом прийому лейбеллінгу.

Структурно-композиційна частина драмедії, у якій описано основні події, виявилася найпродуктивнішою у плані застосування ОЛО, які експліцитно реалізують всі комунікативні тактики як позитивної, так і негативної презентації інших персонажів протягом усього епізоду, адже драмедія «СТМ» заснована на негативній і позитивній стереотипізації, що подається жартівливим тоном. Однак превалюючою визначено тактика бондингу на основі жартівливого дражніння.

У розв'язці головна героїня-медіатор Керрі комунікує напряму з глядачем, навіюючи колективному адресату відповідні емоції та стимулюючи до бажаного емоційного фідбеку, тому у заключній частині епізоду переважно реалізовується КС маніпулятивної самопрезентації кооперативною тактикою передачі позитивної інформації про себе шляхом комунікативного прийому апелювання до емоцій адресата та некооперативною тактикою передачі негативної інформації про себе шляхом прийому саморозкриття, що унаочнює дворівневий характер кінодискурсу у зображенні іронічно-скептичного ставлення до міжстатевих взаємин самореалізованої, відкритої до експериментів жінки у великому місті.

Ключові слова: кінодискурс, драмедія, okazionale словотворення, okazionale лексична одиниця, лінгвокогнітивна природа, лінгвокогнітивне конструювання, комунікати-когнітивний потенціал, КС маніпулятивної самопрезентації, комунікативна стратегія маніпулятивної презентації інших персонажів, комунікативна тактика, комунікативний прийом.

ABSTRACT

Haydanka D. V. Occasional Word Formation in Modern English Cinematic Discourse from Linguo-Cognitive and Communicative-Cognitive Perspectives. – Manuscript.

Thesis for a Candidate degree (PhD) in Philology. Specialty 10.02.04 – Germanic Languages. – Zaporizhzhya National Univesity. Ministry of Education and Science of Ukraine, Zaporizhzhya, 2018.

The thesis elucidates linguo-cognitive nature as well as communicative-cognitive potential of occasional word-formation in modern English cinematic discourse by means of employing integrated linguo-cognitive and communicative cognitive analysis of occasional lexical units (further on – OLU) for the purpose of defining their role as “audial spectacularity” markers (our term – D. H.) and manipulative impact optimisation markers.

The American dramedy “Sex and the City” served as the research material that enabled us to elaborate audio-visual research protocol, comprised of 2837 pages and devise a corpus of 1265 text fragments, called occasionally marked contexts (OMC). In the course of analysis we singled out the inventory of 2431 OLUs.

The dramedy “Sex and the City” represents an entertaining hybrid telecinematic discourse genre. According to the profound analysis of grounded theoretical works by home and foreign linguists, in the thesis cinematic discourse can be referred to as a self-organised multimodal unity of audio-visual (film dialogue) and verbal (film text, represented by filmscripts) components. The cinematic discourse is characterized by a range of diegetic and extradiegetic peculiarities, that result in non-linear two-level communication model, attended by the underlying effect of external overhearing. The character – to – character communication operates on the in-film level, with the collective author – to – overhearer communication occurring on the through-film level.

The “Sex and the City” series focuses on the lifestyle of an accomplished female big city resident, aged about thirty. The plot twists around her stereotypical romantic and sexual adventures in search of love-sex balance, accentuating the contradiction between feminist worldview as opposed to traditional family values. Such problematics

made the series a huge hit on American television, its main charismatic characters remaining role-models for millions of female fans throughout the world for the past decade.

Pragmatic intentionality of the dramedy under consideration predetermines its two key functions: manipulation (aimed at provoking the required emotional feedback from the audience), and attraction (aimed at expanding the target audience). The collective author (producing team) exploits lexical creativity for the sake of increasing the audial appeal of the verbal component as well as construing characters that are “quoted” by the followers, that fact accounting for a large number of OLU in the inter-personage dialogues. OLU function in microcontexts, that are referred to as occasionally-marked contexts (OMC), these being monologic and dialogic interlocutory exchanges. OLU are instant and creative lexical formations, reflecting the characters’ verbal ingenuity and skillfulness on a diegetic level, whereas on the extradiegetic level OLU demonstrate illocutionary manipulative effect.

Since lexical creativity relies not merely on artistic and aesthetic principles, but rather on complex cognitive processes, the thesis highlights cognitive nature of occasional word-formation as an integral component of a complex unity, being metacontext, cognition, language and speech. Interpretation of OLU is based on the shared knowledge phenomenon, that is tangency points of interlocutors’ sociocultural background knowledge and sets of associations and values. In order to reveal the OLU’s informational load it is suggested to employ the following algorithm: cognitive procedure → cognitive operation → cognitive mechanism that enabled to model linguo-cognitive meaning construction of the relevant OLU.

Methodological framework in the thesis under consideration intends to define the OLU word-formation types with the aim to illustrate implicit senses by means of linguo-cognitive meaning modelling. Implicit senses, presented by OLU, convey fragments of aggregated, condensed and modified knowledge.

Aggregated OLU with the underlying cognitive procedure of sense augmentation are characterized by the highest productivity in the devised OLU corpus. Specific problematics of the “Sex and the City” series resulted in a large number of occasional

compounds and affixal lexemes, originating from obscene or expletive stems. Compounding, represented predominantly by additive and parasynthetic compounds, proved to be the highest productive in the analysed corpus. Both types of compounds consists of a nuclear and a referent and construct a new informative environment in the process of sense augmentation. Endocentric compounds and holophrastic constructions displayed the highest frequency of occurrence. The meaning of compound OLU cannot be interpreted outside its immediate or even broad context.

Affixal formations appeared to be less productive in comparison to compounding, nonetheless being relatively frequent. Prefixation and suffixation displayed almost identical frequency of occurrence, with infixation and circumfixation examples being quite rare.

The research results indicate that modified OLU rank the second in the corpus under consideration, the prevalent word-formation types being conversion and analogy. Among converted OLU particularly secondary conversion models (hypostasis, substantivation of functional parts of speech) illustrated the highest productivity, however, primary conversion models (adjectivation, noun verbalization) proved to be quite productive. Occasional word-formation by analogy is based on the cognitive procedure of informational load modification. This occasional word-formation type is represented by analogy after a word-formation model in the same context as well as analogy by a fixed meaning. With comical aims characters exploit neutral everyday lexemes, forming illogical and irrational associations.

As the research results indicate, condensed knowledge, based on linguo-cognitive procedure of compression, is characterized by the lowest frequency of occurrence, which can be accounted for by complications arising out of creating and interpreting blends in the course of a conventional communicative act. Thus, a collective author plays a language game with the audience. The most productive models are overlapping and substitution blends as well as initial shortening and abbreviations.

From the perspective of a communicative-cognitive paradigm, occasional word-formation in the “Sex and the City” is characterized by double intentionality and two-level reality depiction. On extradiegetic level OLU contribute to construing a

memorable image of a fictional character, that can be easily associated with the audience due to correlation with overhearers' values. On a diegetic level OLU promote the characters' expressivity and their representation of themselves as self-made brands. The collective author plays with existing language sources in order to create lexical formations that attract overhearers' attention and consequently lay emphasis on stereotypical female problems.

OLU serve as manipulative impact intensifiers that affect overhearers' worldview and life principles. Integrated analysis of occasional word-formation communicative-cognitive potential in occasionally marked contexts is employed to define the role of OLU in creating stylistic devices which in their turn realize communicative devices (a set of verbal and non-verbal means to provide a successful communicative act and prevent communicative failures), tactics (communicative skills to establish fruitful cooperation and produce the required effect), strategies (intentionality, author's purport, planning and foreseeing the produced effect).

As the research results indicate, two key strategies prevail in the dramedy "Sex and the City", being the strategy of manipulative self-presentation and manipulative other characters' presentation, that demonstrated almost equal frequency of occurrence.

Communicative strategy of manipulative self-presentation in "Sex and the City" is realized by means of expressive lexemes, being OLU (blends, compounds, holophrastic constructions, affixal formations and abbreviations) that form various stylistic devices, mainly figures of quality and quantity and expressive syntax figures, namely rhetoric questions, further functioning as communicative devices and tactics markers.

Positive manipulative self-presentation prevails in the dramedy and is represented by cooperative tactic of positive personal information provision, realized by the following communicative devices: the communicative device of self-branding, exemplification, addressing overhearers' emotions as well as evoking overhearers' associations.

Negative manipulative self-presentation is represented by non-cooperative tactic of negative personal information provision. The tactic is less frequent, which can be accounted for by the fact that all situations in the dramedy are depicted in a jocular way

and are predominantly examples of gossiping (“girl-talk”). Characters relatively seldom employ the communicative devices of epatage, self-disclosure, and escape from self-disclosure. The least represented is the communicative device of negative politeness. In this case OLU mainly function as pragmatic discourse markers.

The strategy of manipulative other characters’ presentation is realized by the following means: a cooperative tactic of positive other characters’ presentation by way of the communicative device of “glittering generalities” and the tactic of bonding on the basis of jocular treatment of the situation. Non-cooperative tactic of other characters’ presentation is verbalized by the communicative devices which are as follows: labelling and impolite derision. However, both communicative devices have a jocular undercurrent, mocking hyperbolized stereotypical problems of primarily female audience. Negative presentation is verbalized by various occasional word-building types that express sarcasm, vulgar humour, witticism. Given the target audience of the dramedy “Sex and the City”, tactics of negative other characters’ presentation are less represented in the material under consideration.

Discursive realization of the strategy of manipulative self-presentation as well as strategy of manipulative other characters’ presentation varies in accordance with structural parts of the dramedy (episode title, prologue, main events, consisting of 2 serious subplots and respectively 2 comical subplots, and epilogue, extradiegetic voice-over) and collective author’s intentions: to create intrigue and maintain it, to state a problem, either confirming or refuting it, address the audience with the aim to evoke empathy and identify with the overhearer.

The title tends to employ the strategy of manipulative self-presentation, specifically cooperative tactic of positive personal information provision by means of evoking overhearers’ associations.

The prologue is characterized by the predominance of two tactics: cooperative tactic of manipulative other characters’ presentation by means of “glittering generalities” and non-cooperative tactic of manipulative other characters’ presentation by means of “labeling”.

The main events illustrated the highest occurrence of OLU in comparison with other structural parts of the dramedy, therefore all tactics of both positive and negative other characters' and self-presentation are represented in this structural part. This can be explained by the fact that the dramedy intends to stigmatise relationships problems, yet in a jocular way. However, the communicative tactic of bonding on the basis of jocular treatment proved to be predominant.

In the epilogue Carrie Bradshaw, being the mediator character, communicates directly with the overhear, evoking the required emotions and stimulating intended emotional feedback. For this reason in the epilogue the strategy of manipulative self-presentation by way of the tactic of positive personal information provision by means of addressing overhearers' emotions is prevalent, similarly to non-cooperative tactic of negative personal information provision by means of self-disclosure. This fact serves as a proof of dual character of cinematic discourse in depicting ironic and somewhat skeptic attitude towards relationships of an accomplished, open to sexual experiments white upper-middle class woman in a big city.

Key words: cinematic discourse, dramedy, occasional word-formation, occasional lexical unit, linguo-cognitive construing, communicative-cognitive potential, communicative strategy of manipulative self-presentation, communicative strategy of manipulative other characters' presentation, communicative tactic, communicative device.

Список публікацій здобувача

Статті у наукових фахових виданнях України

1. Кубічка Д.В. Структурні, семантичні та функціональні особливості сленгізмів та okazіоналізмів у кіноценаріях «Рейчел виходить заміж» та «Секс і місто». Сучасні дослідження з іноземної філології. Ужгород, 2014. Вип. 12. С.93—100.
2. Гайданка Д.В. Дискурс кіно в ракурсі новітніх наукових парадигм: особливості та типологія. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2015. № 16. С. 99—101.
3. Гайданка Д.В. Лінгвокреативність та її роль в okazіональному словотворенні. Одеський лінгвістичний вісник. 2015. № 5. Т.1. С. 21—25.
4. Гайданка Д.В. Статус okazіональних утворень у системі англійської мови Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. Укл.: І.В. Ковальчук, Л.М. Коцюк, С.В. Новоселецька. Острог: Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2015. Вип. 55. С. 51—53.
5. Гайданка Д.В. Функціонально-прагматичний аспект okazіонального словотворення. Сучасні дослідження з іноземної філології. 2015. Вип. 13. С. 29—35.
6. Гайданка Д.В. Okazіональні одиниці як актуалізатори комунікативних стратегій у структурно-композиційних частинах драмедії «Секс та місто». Південний архів. Херсон, 2017. № 69. С. 74—78.

Статті у зарубіжних фахових виданнях

7. Гайданка Д. В. Лингвокогнитивное конструирование значения агрегированных okazіональных единиц в драмедии «Секс и город». *Studia Humanitatis*. 2018. № 2. URL: <http://st-hum.ru/> (дата звернення 12.05.2018).
8. Haydanka D. Manipulative Communicative Strategies and their Nonce-Word Markers in the “Sex and the City”. *Bulletin of Akaki Tsereteli State University*. 2018. URL: <https://moambe.atsu.edu.ge/> (дата звернення 12.05.2018).
9. Kubichka D. Structural, Semantic and Functional Peculiarities of Slangisms in the Screenplay “Sex and the City” by Michael Patrick King. *Kľúčové kompetencie pre celoživotné vzdelávanie IV*. Ed. by Lenka Gogova. Presov, 2014. P. 70—79.

Матеріали й тези доповідей:

10. Гайданка Д.В. Методика конверсаційного аналізу у дослідженні okazіонального словотворення у дискурсі кіно: матеріали міжн. наук.-практ. конф. «Історичні та духовні чинники консолідації української держави, нації та суспільства», Ужгород, 5–6 листопада 2015 р. Ужгород, 2015. С. 256—259.

11. Гайданка Д.В. Методика дискурс-аналізу в дослідженні okazіонального словотворення в кінодискурсі: матеріали міжн. наук.-практ. конф. «Мова та культура: сучасні аспекти співвідношення», Одеса, 20–21 листопада 2015 р. Одеса, 2016. С. 68—71.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	20
ВСТУП.....	21
Список використаних джерел у вступі.....	34
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОКАЗІОНАЛЬНОГО СЛОВОТВОРЕННЯ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ У ЛІНГВОКОГНІТИВНІЙ І КОМУНІКАТИВНО-КОГНІТИВНІЙ ПАРАДИГМАХ	39
1.1 Тлумачення природи okazіонального словотворення в англійській мові	39
1.1.1 Мовна креативність та її роль в okazіональному словотворенні.....	39
1.1.2 Статус okazіональних утворень у системі англійської мови.....	45
1.1.3 Типологія okazіональних утворень: основні морфологічні та неморфологічні способи okazіонального словотворення.....	52
1.2 Okazіональне словотворення у ракурсі новітніх лінгвістичних парадигм..	56
1.2.1 Лінгвокогнітивна природа способів okazіонального словотворення.	57
1.2.2 Комунікативно-когнітивна парадигма дослідження okazіонального словотворення.....	61
1.3 Сучасний англломовний кінодискурс як царина породження okazіонального словотворення.....	64
1.3.1 Тлумачення дискурсу у сучасному мовознавстві.....	64
1.3.2 Кінодискурс: характерні риси.....	67
1.3.3 Типологія сучасного англломовного кінодискурсу.....	71
Висновки до першого розділу.....	73
Список використаних джерел у першому розділі.....	75
РОЗДІЛ 2	
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОКАЗІОНАЛЬНОГО СЛОВОТВОРЕННЯ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ У ЛІНГВОКОГНІТИВНІЙ І КОМУНІКАТИВНО-КОГНІТИВНІЙ ПАРАДИГМАХ.....	97

2.1	Методологія дискурсивної парадигми у дослідженні okazіонального словотворення.....	97
2.1.1	Критичний дискурс-аналіз.....	97
2.1.2	Контент-аналіз.....	100
2.1.3	Семіотичний аналіз мультимодальних текстів.....	103
2.2	Методи лінгвокогнітивного аналізу у дослідженні способів okazіонального словотворення.....	105
2.2.1	Концептуальний аналіз.....	106
2.2.2	Компонентний аналіз.....	109
2.3	Методи комунікативно-когнітивного аналізу у дослідженні способів okazіонального словотворення.....	111
2.3.1	Конверсаційний аналіз.....	112
2.3.2	Контекстуально-інтерпретаційний аналіз.....	114
2.3.3	Методики функціонально-прагматичного аналізу.....	116
2.4	Методика дослідження okazіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі.....	118
	Висновки до другого розділу.....	129
	Список використаних джерел у другому розділі.....	131
РОЗДІЛ 3		
	ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ OKAZІОНАЛЬНИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ.....	141
3.1	Лінгвокогнітивна природа агрегованих способів okazіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі.....	142
3.1.1	Осново- та словоскладання.....	142
3.1.2	Афіксація.....	159
3.1.3	Лінгвокогнітивне конструювання значення агрегованих okazіональних лексичних одиниць.....	169
3.2	Лінгвокогнітивна природа конденсованих способів okazіонального словотворення.....	172

3.2.1 Контамінація.....	172
3.2.2 Оказіональні скорочення.....	178
3.2.3 Когнітивне моделювання значення конденсованих оказіональних лексичних одиниць.....	180
3.3 Лінгвокогнітивна природа модифікованих способів оказіонального словотворення.....	182
3.3.1 Конверсія.....	182
3.3.2 Аналогія.....	187
3.3.3 Когнітивне моделювання значення модифікованих оказіональних лексичних одиниць.....	190
Висновки до третього розділу	193
Список використаних джерел у третьому розділі.....	195
РОЗДІЛ 4	
КОМУНІКАТИВНО-КОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ ОКАЗІОНАЛЬНОГО СЛОВОТВОРЕННЯ У СУЧАСНОМУ АНГЛІЙСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ..	211
4.1 Оказіональне словотворення у реалізації стратегії маніпулятивної самопрезентації.....	211
4.1.1 Тактика передачі позитивної інформації про себе шляхом прийомів самореклами, екземпліфікації.....	212
4.1.2 Тактика передачі позитивної інформації про себе шляхом прийому апелювання до асоціацій глядацької аудиторії.....	217
4.1.3 Тактика передачі позитивної інформації про себе шляхом прийому апелювання до емоцій адресата.....	221
4.1.4 Тактика передачі негативної інформації про себе шляхом прийому невічливості.....	225
4.1.5 Тактика акцентування на негативній інформації про себе шляхом прийому епатажу.....	227
4.1.6 Тактика самоглузування шляхом прийомів саморозкриття та «втечі від саморозкриття».....	230
4.2 Оказіональне словотворення у реалізації стратегії маніпулятивної презентації інших персонажів	234

4.2.1 Тактика позитивної презентації інших персонажів шляхом прийомів позитивної ввічливості та «сяючих узагальнень».....	234
4.2.2 Тактика бондингу шляхом прийому жартівливого дражніння.....	238
4.2.3 Тактика негативної презентації інших персонажів шляхом прийому неввічливого глузування.....	243
4.2.4 Тактика негативної презентації інших персонажів шляхом прийому лейбеллінгу.....	245
4.3 Оказіональне словотворення у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій і тактик залежно від структурно-композиційних форм сучасної англomовної драмедії.....	247
4.3.1 Оказіональне словотворення у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій і тактик у назві епізоду.....	248
4.3.2 Оказіональне словотворення у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій і тактик у вступі.....	250
4.3.3 Оказіональне словотворення у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій і тактик в основній частині.....	252
4.3.4 Оказіональне словотворення у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій і тактик у заключній частині.....	256
Висновки до четвертого розділу.....	258
Список використаних джерел у четвертому розділі.....	261
ВИСНОВКИ.....	279
ДОДАТКИ.....	285
Додаток А. Теоретичне обґрунтування дослідження оказіонального словотворення у кінодискурсі у зарубіжному мовознавстві.....	286
Додаток Б. Методологічне обґрунтування дослідження оказіонального словотворення у кінодискурсі у зарубіжному мовознавстві.....	295
Додаток В. Застосування оказіональних лексичних одиниць у сучасному англomовному кінодискурсі.....	298
Додаток Г. Оказіональне словотворення у реалізації комунікативних стратегій і тактик у сучасному англійському кінодискурсі.....	301

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

КА	концептуальний аналіз
КДА	критичний дискурс-аналіз
КІА	контекстуально-інтерпретаційний аналіз
КП	комунікативний прийом / комунікативні прийоми
КС	комунікативна стратегія / комунікативні стратегії
КТ	комунікативна тактика / комунікативні тактики
ЛМ	лінгвокогнітивний механізм
ЛО	лінгвокогнітивна операція
ЛП	лінгвокогнітивна процедура
МТ	мультимодальні тексти
ОЛО	оказіональна лексична одиниця / оказіональні лексичні одиниці
ОМК	оказіонально маркований контекст / оказіонально марковані контексти
«СТМ»	«Секс та місто»
НВО	Home Box Office (північноамериканський кабельний та супутниковий телевізійний канал)

ВСТУП

Дисертаційне дослідження присвячено висвітленню лінгвокогнітивного та комунікативно-когнітивного аспектів okazіонального словотворення у сучасному англомовному кінодискурсі шляхом застосування інтегрованого підходу до аналізу okazіональних лексичних одиниць (далі ОЛО), створених у американській драмедії початку двохтисячних років «Секс та місто» (далі «СТМ»).

Чимало наукових напрацювань, спрямованих на розв'язання проблем okazіонального словотворення, виконано у таких наукових парадигмах, як: структурна, комунікативна, прагматична, соціолінгвістична, лінгвокогнітивна, комунікативно-когнітивна.

Різноаспектне дослідження **структури** ОЛО знайшло вияв у численних працях вітчизняних та іноземних науковців, серед яких А. Ахманова [3], О. Габінська [10], С. Ільясова [17], Ю. Зацний [16], Р. Намітокова [23], Е. Ханпіра [33], М. Шанський [35], П. Гогенгаус [50], П. Штекауер [59] та ін. У **комунікативній** площині розглядалися такі аспекти okazіонального словотворення, як: ономастика індивідуально-авторського словотворення (Л. Альошина [2], Ю. Глюдзик [11], М. Голомідова [13], В. Калинин [18], та ін.); okazіональна деривація у мові фольклору (І. Клімас [20], Е. Головіна [12] та ін.). Суть комунікативного підходу полягає у розгляді практичних завдань функціонування ОЛО у різноманітних видах мовного реєстру. Функціонування okazіоналізмів у художньому тексті висвітлювали: Н. Бабенко [4], О. Баталов [5], О. Ребрій [28], М. Четіна [34], Д. Порто [54] та ін.; у публіцистичному дискурсі – С. Ільясова [17], О. Турчак [30], А. Ренуф [56] та ін.; в електронному спілкуванні та Інтернет-дискурсі – А. Лейрер [51], П. Лопез-Руа [58] та ін. Жанри наукової фантастики та фентезі як сфера виникнення okazіоналізмів знаходяться у фокусі лінгвістичних розвідок (О. Белоусова [7], О. Біаловонс [8], Н. Новікова [26], Дж. Мунат [53] та ін.), оскільки саме представники цього жанру створюють нові світи й оперують створеними власноруч мовами. У центрі уваги вивчення **прагматичного** потенціалу okazіоналізмів і функціональних особливостей

індивідуально-авторського словотворення – мовна особистість (див. праці О. Баталова [5], Є. Карпіловської [19], Ж. Колоїз [21], О. Стишова [29], О. Турчак [30], Д. Крістала [45], Дж. Мунат [53], В. Церули [44] та ін.). **Соціолінгвістичний** і географічний виміри okazіонального словотворення зумовили цілу низку досліджень okazіоналізмів у діалектному мовленні (Е. Головіна [12] та ін.). Лексикографічна площина індивідуально-авторського словотворення опрацьовується ще з 60-х років минулого століття такими дослідниками, як: О. Александрова [1], Дж. Алджео [38], Д. Крістал [45] та ін.). Інтердисциплінарні **лінгвопсихологічні** дослідження концентрують увагу на аспектах емотивної семантики, вербалізації звукових, зорових і чуттєвих сигналів, немовленнєвих стимулів і послуговуються арсеналом психологічних експериментів (О. Філіппова [32], В. Шаховський [37], Т. Одончімег [27] та ін.). Синергетична парадигма висвітлювалася С. Єнікєєвою [15; 16].

Особистісно-соціально орієнтовані дослідження мовленнєвої діяльності людини крізь призму когнітивних механізмів у її основі стали підґрунтям виникнення когнітивного підходу до розгляду лінгвістичних явищ з метою виявлення властивостей мовного явища крізь призму мовлення. **Лінгвокогнітивний** вимір авторського словотворення знаходився в епіцентрі лінгвальних пошуків Л. Безуглої [6], В. Бялика [9], К. Никитченко [24], Т. Віла [62], А. Лейрер [51], Д. Порто [54] та ін. У центрі уваги науковців у межах **комунікативно-когнітивної** парадигми (Ю. Шаталова [36], В. Шаховський [37], Т. ван Дейк [47], Р. Картер [43], К. Бубел [42], М. Дайнел [48], Л. Ліпка [61], М. Тулан [52] та ін.) опинилися комунікативні стратегії як «мовленнєва реалізація комунікативно-когнітивних структур, що містять інформацію соціокультурного характеру» [31, с. 47] та специфічні тактики їх втілення. Роль okazіонального словотворення у реалізації комунікативних стратегій і тактик детерміновано інтенцією колективного автора, що зумовлює когнітивне наповнення ОЛО, які слугують актуалізаторами відповідних комунікативних прийомів, тактик, а отже – стратегій.

Питання дослідження кінодискурсу як репрезентації реального живого мовлення досі залишається дискусійним у наукових розвідках. Пропоненти такого підходу (М. Беднарк [40; 41], М. Дайнел [48], П. Квальйо [55], Ф. Россі [57], Е. Стокоу [60] та ін.) стверджують, що продюсерсько-режисерська група, уособлена колективним автором, створює образи персонажів за існуючими стереотипними моделями, намагаючись максимально наблизити мовлення героїв у знімальному матеріалі до патернів спонтанних розмов. Крім того, актори часто додають не прописані репліки у процесі зйомок, що сприяє ілюзії природного мовлення. Творці кіно часто намагаються охопити більшу аудиторію у світлі поп-спрямування телевізійних жанрів і «зробити своїх героїв цитованими» [39, с. 57], змушуючи їх змагатися у красномовстві. Водночас кінодискурс послуговується характерним «кіномовленням» (“filmspeak” [39, с. 57]), якому властива як «первинна (сигніфікаторна), так і «вторинна поетико-художня цінність» [22, с. 9], тобто вибір лексичної одиниці залежить не лише від стереотипних мовленнєвих патернів, а й покладається на художньо-мистецьку складову.

Актуальність дисертаційної праці визначається нерозривним зв'язком між мисленнєво-мовленнєвою діяльністю людини й екстралінгвальним контекстом. Оказіональне словотворення віддзеркалює свідомість колективного автора, пошуки лінгвокреативних способів представлення нового знання на основі взаємодії понять із ментального лексикону персонажів і глядачів задля здійснення маніпулятивного впливу на цільову аудиторію. Комунікативно-когнітивний вимір okazіонального словотворення у кінодискурсі ще не був в епіцентрі системного наукового аналізу, що зумовлює інтерес до спектру стратегій, за допомогою яких колективний адресант здійснює вплив на колективного адресата на різних рівнях кінодискурсу. Щобільше, кінодискурс є плідним середовищем продукування розмаїття ОЛО завдяки функції атракції, яка на вербальному рівні реалізується за допомогою okazіоналізмів у мовленні персонажів, які сприяють «аудіальній видовищності»

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в межах комплексної міжкафедральної наукової теми факультету іноземної філології Запорізького національного університету «Когнітивно-дискурсивні аспекти функціонування мовних одиниць» (номер державної реєстрації 0103U002181). Тему затверджено науково-технічною радою ЗНУ (протокол № 8 від 17 березня 2016 р.).

Мета дисертаційного дослідження – розкриття лінгвокогнітивної природи та комунікативно-когнітивного потенціалу okazіонального словотворення у сучасному англомовному кінодискурсі.

Досягнення мети передбачає розв'язання таких дослідницьких завдань:

- узагальнити розмаїття наукових підходів до вивчення okazіонального словотворення та з'ясувати статус ОЛО у ланці споріднених понять;
- окреслити характерні риси кінодискурсу, зумовлені його подвійною цільовою спрямованістю, що маніфестується на двох рівнях нелінійної комунікації (внутрішньофільмової і кризьфільмової), та висвітлити особливості драмедії як гібридного жанру кінодискурсу;
- розробити методику комплексного дослідження okazіонального словотворення в англомовному кінодискурсі, що інтегрує методологічні засади лінгвокогнітивної і комунікативно-когнітивної наукових парадигм;
- розкрити лінгвокогнітивну природу агрегованих, конденсованих і модифікованих ОЛО в англомовному кінодискурсі;
- встановити функції ОЛО на дискурсивному макрорівні мовленнєвих ситуацій у реалізації маніпулятивних стратегій самопрезентації та презентації інших персонажів, також відповідних тактик і прийомів у їхніх межах;
- з'ясувати роль ОЛО в оптимізації маніпулятивного впливу на адресата залежно від структурно-композиційних частин драмедії «СТМ».

Об'єкт дослідження – okazіональні лексичні одиниці, вилучені із аудіо-візуального протоколу 6-ти сезонів американської драмедії «СТМ».

Предмет дослідження – лінгвокогнітивна природа okazіонального словотворення та його комунікативно-когнітивний потенціал, задіяний у реалізації комунікативних стратегій і тактик, спрямованих на оптимізацію маніпулятивного впливу на адресата у сучасному англomовному кінодискурсі.

Матеріалом дослідження слугували 6 сезонів драмедії «СТМ», репрезентовані 94-ма епізодами, що транслювалися на каналі НВО протягом 1998–2005 років, та 2 повнометражні фільми, зняті на основі серіалу “Sex and the City: The Movie” (2008) і “Sex and the City 2” (2010). Із усього корпусу досліджуваного матеріалу (2837 сторінок), представленого аудіо-візуальним протоколом, сформованим за допомогою нарізки кадрів шляхом комп’ютерної програми *Windows Movie Maker 2.6.4038.0 (Free Video Editor)*, вилучено 2431-у ОЛО, що функціонують у 1265-ти okazіонально маркованих контекстах (фрагменти монологічного / діалогічного мовлення, обсяг яких дорівнює одному реченню, кільком реченням або діалогічному мікроконтексту, що складається з кількох діалогічних реплік).

Методику інтегрованого лінгвокогнітивного і комунікативно-когнітивного аналізу okazіонального словотворення у англomовному кінодискурсі детерміновано поліпарадигмальним науковим вектором. Методика дослідження ґрунтується на застосуванні як загальнонаукових методів (*індукція і дедукція*), емпірико-теоретичних методів *аналізу й синтезу*, так і специфічної методології лінгвокогнітивної і комунікативно-когнітивної парадигм.

Методологічний інструментарій лінгвокогнітивної парадигми уможливив лінгвокогнітивне конструювання значення ОЛО шляхом застосування *компонентного аналізу, словотвірного аналізу, морфологічного аналізу*; процедури *транскрибування* задіяно з ціллю визначення морфемної структури ОЛО, їх частиномовної афіліації, просодичних характеристик, співставлення з існуючими мовними одиницями. Залучення методологічного інструментарію *теорії інтеграції ментальних просторів* Ж. Фоконьє та М. Тернера [49] дозволило унаочнити когнітивний рівень взаємодії між складниками okazіоналізму, встановити

асоціативні зв'язки між сигніфікатом і сигніфікантом, продемонструвати функціонування ОЛО у конкретному контекстуальному середовищі. Застосовані методи уможливили розробку алгоритму лінгвокогнітивного конструювання значення ОЛО за такою послідовністю етапів: *лінгвокогнітивна процедура* → *лінгвокогнітивна операція* → *лінгвокогнітивний механізм*. Арсенал комунікативно-когнітивної парадигми включає: *інтерпретаційно-текстовий* і *контекстуальний* аналіз, що залучалися з метою виокремлення оказіонально маркованих контекстів (за методикою В. Г. Ніконової [25, с. 104–113]). *Семіотичний* аналіз мультимодального тексту, що послуговується методологічним інструментарієм теорії дискурсу, міжкультурної комунікації, лінгвістики, історії, соціології, був задіяний з метою встановлення рівнів драмедії: екстрадієгетичного та дієгетичного, та опису взаємодії між колективним автором, аудиторією, культурним контекстом, персонажем-медіатором і іншими персонажами. *Конверсаційний* аналіз дозволив проаналізувати роль ОЛО у випадках успішної інтеракції чи комунікативної невдачі, здійсненої в умовах досліджуваного кінодискурсу. У межах наукового спрямування *метаконтекст – мислення – мова – мовлення* наскрізний метод *критичного дискурс-аналізу* уможливив виокремлення типових ознак кінодискурсу як форми соціальної практики, висвітлення співвідношення між екстралінгвальним контекстом, когнітивною діяльністю та її мовленнєвою актуалізацією у інтерперсонажних комунікативних ситуаціях. Методи *кількісного* та *описового* аналізу застосовувалися впродовж усіх етапів дослідження для визначення частотної дистрибуції ОЛО у досліджуваному матеріалі, формуванні вибірки, класифікації та інтерпретації виявлених закономірностей.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у факті, що у дисертаційному дослідженні *уперше* досліджено комунікативно-когнітивний вимір оказіонального словотворення. *Вперше* визначено роль ОЛО у реалізації маніпулювання глядацькою свідомістю на двох рівнях кінодискурсу: глибинному та поверхневому; розроблено і задіяно методика дослідження комунікативно-

когнітивної площини okazіонального словотворення, що може у подальшому застосовуватися під час аналізу подвійної цільової спрямованості ОЛО в інших жанрах кінодискурсу. У дисертації *новим* є те, що:

- проаналізовано роль лінгвокреативності у щоденному спілкуванні на матеріалі англomовного кінодискурсу;
- виявлено функції ОЛО в актуалізації стратегії самопрезентації і презентації інших персонажів у гібридному комедійно-драматичному жанрі кіно;
- визначено роль ОЛО у самовираженні, саморекламі та презентації себе як бренду на внутрішньофільмовому рівні, так і конструюванні «цитованих» героїв на крізьфільмовому рівні;
- запропоновано терміни «оказіонально маркований контекст», що реферує до мікроконтексту функціонування ОЛО, та «драмедійна іронія» на позначення способу відображення скептичного жіночого світосприйняття та сімейно-родинних цінностей на початку ХХІ століття;
- розкрито тенденцію репрезентації агрегованого, конденсованого та модифікованого знання у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій відповідно до композиційних форм драмедії.

Положення, що виносяться на захист:

1. Оказіональне словотворення у кінодискурсі, у якому комунікація реалізується на тлі накладання кінодіалогу (аудіальної складової) і кінотексту (вербальної складової) і здійснюються на дієгетичному й екстрадієгетичному рівнях, є результатом мовленнєвої лінгвокреативності, що передбачає майстерну ігрову маніпуляцію мовним матеріалом; інтерпретація okazіоналізмів у кінодискурсі вимагає знання соціокультурного контексту у комплексі з ідеологічним спрямуванням, загальноприйнятими ментально-поведінковими патернами, залученням асоціативного фону глядача, що ґрунтується на спільному репозитарії знань колективного автора і колективного глядача.

2. Оказіоналізми, які за етимологічними параметрами поділяються на індивідуально-авторські (як правило, у жанрах фентезі) та мовленнєві (у розмовних телевізійних жанрах), у драмедії як гібридному жанрі телевізійного дискурсу вживаються персонажами під час конвенційних комунікативних актів і тому є спонтанними мовленнєвими okazіональними утвореннями, що вживаються у монологічних і діалогічних інтерперсонажних репліках – okazіонально маркованих контекстах. Закодована в ОЛО інформація передає фрагменти агрегованого, конденсованого та модифікованого знання.

3. Лінгвокогнітивна природа okazіонального словотворення зумовлює алгоритм лінгвокогнітивного конструювання значення ОЛО, який передбачає такі мисленнєві дії: лінгвокогнітивна процедура → лінгвокогнітивна операція → лінгвокогнітивний механізм. Значення агрегованих ОЛО конструюється за таким алгоритмом: лінгвокогнітивна процедура *структурно-семантичної аналогії* → лінгвокогнітивна операція *порівняння* → лінгвокогнітивний механізм *аккумуляції смислів* → лінгвокогнітивне конструювання значення ОЛО на основі *ментальної інтеграції увідних просторів*. Алгоритм творення конденсованих ОЛО є таким: лінгвокогнітивна процедура *компресії* → лінгвокогнітивна операція *порівняння* + лінгвокогнітивна операція *накладання* → лінгвокогнітивний механізм *концентрації смислів* → лінгвокогнітивне конструювання значення ОЛО на основі *ментальної інтеграції увідних просторів*. Модифіковані ОЛО утворюються внаслідок комплексу таких мисленнєвих дій: лінгвокогнітивна процедура *модифікації інформаційного навантаження* → лінгвокогнітивна операція *метафоричного перенесення* → лінгвокогнітивний механізм *асоціації на основі розширення змістового плану* → лінгвокогнітивне конструювання значення ОЛО на основі *ментальної інтеграції увідних просторів*.

4. У драмедії як жанрі кінодискурсу, орієнтованому на глядача переважно жіночої статі, маніпулятивний вплив продюсерсько-режисерської групи на адресата, що реалізується на екстрадієгетичному рівні, здійснюється шляхом стратегії

маніпулятивної самопрезентації і маніпулятивної презентації інших персонажів на дієгетичному рівні. ОЛО є вербальними актуалізаторами зазначених стратегій як компоненти стилістичних фігур, що оптимізують відповідні комунікативні прийоми у рамках релевантних тактик.

5. У межах стратегії маніпулятивної самопрезентації переважають комунікативні тактики передачі позитивної інформації про себе шляхом прийомів самореклами, апелювання до асоціацій глядацької аудиторії та емоцій адресата і тактика передачі негативної інформації про себе шляхом прийомів самоглузування й епатажу. Рідше персонажі вдаються до тактики передачі позитивної інформації про себе шляхом екземпліфікації і тактики передачі негативної інформації про себе шляхом невічливості. Стратегія маніпулятивної презентації інших персонажів актуалізується тактикою позитивної презентації інших персонажів шляхом прийому «сяючих узагальнень» і тактикою бондингу, в основі якої єднання з іншими героями на основі жартівливого ставлення до ситуації. Тактика негативної презентації інших персонажів реалізується комунікативними прийомами лейбеллінгу та невічливого глузування, що засвідчили низьку частотність у англомовній драмедії «СТМ».

6. Драмедія як жанр кінодискурсу є плідним середовищем продукування оказіональних лексичних одиниць із метою охоплення ширшої цільової аудиторії, аудіальної видовищності та створення культових цитованих фанами персонажів. Різна дистрибуція оказіональних лексичних одиниць у різних композиційних формах досліджуваної драмедії віддзеркалює палітру авторських інтенцій – створити інтригу, констатувати проблему, запропонувати палітру її рішень, апелювати до глядацької емпатії, що ілюструє варіативність комунікативних стратегій і тактик залежно від авторського задуму та композиційної частини драмедії.

Теоретичне значення здійсненого дослідження полягає у його внеску до теорії когнітології (когнітивний аналіз жанрів і піджанрів кінодискурсу). Виокремлення оказіонально маркованих контекстів сприятиме поглибленню положень теорії дискурсу; розробка алгоритму лінгвокогнітивного конструювання

значення агрегованих, конденсованих і модифікованих – у теорію лінгвокогнітивного моделювання. Комунікативно-когнітивний аналіз оказіонального словотворення уможливило подальші наукові розвідки у сфері розгляду ОЛО як засобів аудіальної видовищності з метою підвищення цитованості героїв і зближення їх із глядацьким загалом. Конструювання образу персонажів і створення «культової героїні» – у теорію прагмастилістики й іміджмейкінгу.

Практичне значення отриманих результатів і положень полягає у можливості їх використання під час викладання теоретичних дисциплін, як-то: когнітивна семантика (розділ «Когнітивне моделювання»), неологія (розділ «Оказіональне словотворення»), морфологія (розділ «Експресивний словотвір»), лексикологія (розділ «Стилістична лексикологія»), комунікативна лінгвістика (розділи «Комунікативний макрорівень дискурсу», «Основи теорії комунікації»), стилістика (розділ «Лексико-семантичні стилістичні фігури і прийоми»), а також спецкурсів із теорії дискурсу, журналістики (розділ «Лінгвокреативність у телевізійному дискурсі»), соціолінгвістики та кіномистецтві. Отримані результати дослідження можуть застосовуватися під час підготовки студентських науково-дослідних і кваліфікаційних робіт, а саме: курсових, дипломних та магістерських студій.

Апробація результатів дослідження здійснювалася на 6-ти міжнародних науково-практичних конференціях: «Україна на шляху до розбудови національної держави: історична спадщина, суспільно-політична реальність та соціокультурна перспектива» (Ужгород, 2012), «Проблеми утвердження та перспективи розвитку української державності, нації та духовності: історія та сучасність» (Ужгород, 2013), The second Visegrad 4 Heritage Workshop (Poland, Jaroslaw, 2013), «Традиції та сучасність українського цивілізаційного простору: проблеми духовної, державної, національної єдності» (Ужгород, 2014), «Мова та культура: сучасні аспекти співвідношення» (Одеса, 2015), «Історичні та духовні чинники консолідації української держави, нації та суспільства» (Ужгород, 2015). Теоретичний і практичний розділи дисертації було обговорено на щорічних конференціях професорсько-викладацького складу факультету іноземної філології ДВНЗ «УжНУ» та на

засіданнях кафедри англійської філології Ужгородського національного університету у 2014–2018 роках.

Публікації. Основні положення та результати дослідження висвітлено в 11-ти одноосібних публікаціях загальним обсягом 2 др. арк., серед яких: 5 наукових статей у фахових виданнях України (1,4 др. арк.), 3 статті у закордонних виданнях (0,6 др. арк.), матеріали доповідей на 2-х конференціях (0,4 др. арк.).

Структура й обсяг дисертації. Дисертація складається з переліку умовних скорочень, вступу, чотирьох розділів із висновками до них і відповідними списками використаних джерел наукової літератури у загальній кількості 384 джерела, з них 185 зарубіжних, довідкової літератури та джерел ілюстративного матеріалу до кожного з розділів. Загальний обсяг дисертації становить 312 с., із них – 191 с. основного тексту, включаючи 21 таблицю і 15 рисунків.

У **Вступі** обґрунтовано актуальність дисертаційної розвідки, визначено мету, предмет, об'єкт і завдання дослідження, описано теоретичну і практичну цінність отриманих результатів, сформульовано ключові положення, що виносяться на захист, а також окреслено обсяг і структуру дисертації.

У першому розділі **«Теоретичні засади дослідження okazіонального словотворення у сучасному англомовному кінодискурсі у лінгвокогнітивній і комунікативно-когнітивній парадигмах»** проаналізовано джерельну базу дослідження й висвітлено сучасні наукові доробки у сфері okazіонального словотворення; охарактеризовано поняттєвий апарат, систематизовано підходи до дефініції okazіональної лексичної одиниці та визначено її статус у низці синонімічних понять; узагальнено основні типи okazіонального словотворення крізь призму лінгвокогнітології і надано короткий екскурс в історію та основні теорії дослідження кінодискурсу як сфери виникнення okazіонального словотворення, наведено його характерні ознаки та типологія.

У другому розділі **«Методологічні засади дослідження okazіонального словотворення у сучасному англомовному кінодискурсі у лінгвокогнітивній і**

комунікативно-когнітивній парадигмах» окреслено методологічне підґрунтя аналізу okazіонального словотворення у кінодискурсі у ракурсі лінгвокогнітивної і комунікативно-когнітивної парадигм, що інтегрують інструментарій *критичного дискурс-аналізу, контекстуально-інтерпретаційного аналізу, морфемного та словотвірного аналізу*; розроблено методику інтегрованого лінгвокогнітивного та комунікативно-когнітивного дослідження okazіонального словотворення.

Третій розділ «**Лінгвокогнітивні характеристики okazіональних лексичних одиниць у сучасному англomовному кінодискурсі**» присвячено характеристиці структурно-семантичних і лінгвокогнітивних особливостей okazіоналізмів, а також лінгвокогнітивному конструюванню значення агрегованих, модифікованих і конденсованих ОЛО.

У четвертому розділі «**Комунікативно-когнітивний аспект okazіонального словотворення у сучасному англійському кінодискурсі**» розкрито роль різних словотвірних типів ОЛО у реалізації двох комунікативних стратегій – стратегії маніпулятивної самопрезентації і стратегії маніпулятивної презентації інших персонажів – і відповідних комунікативних тактик і прийомів у їх рамках; встановлено роль okazіоналізмів у дискурсивній реалізації комунікативних стратегій, тактик і прийомів у залежності від композиційної форми драмедії «СТМ».

У **Висновках** сформульовано теоретичні та практичні результати дослідження лінгвокогнітивної природи і комунікативно-дискурсивної реалізації різних словотвірних типів ОЛО у сучасній англomовній драмедії; окреслено перспективи подальших наукових пошуків у галузі okazіонального словотворення.

У **Додатках** візуалізується інформація у вигляді таблиць і рисунків, унаочнюються систематизовані дані. Кожний із чотирьох додатків складається з декількох таблиць, загальна кількість яких становить 18.

Список використаних джерел у вступі

1. Александрова О.И. Окказиональные безаффиксные существительные женского рода в поэтических произведениях начала XX века. Краткий анализ и материалы для словаря. Ученые записки Арзамасского пед. ин-та. Серия: Филологические науки. Горький, 1969. Вып. 95. С. 193—227.
2. Алешина А.А. Классификация голофрастических конструкций в английском языке (на материале романа L. Weisberger “The Devil Wears Prada”). Ученые записки Орловского государственного университета, 2014. № 4 (60). С. 115—117.
3. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. Москва, 2007. С. 260—262.
4. Бабенко Н.Г. Окказиональное в художественном тексте. Структурно-семантический анализ: Учебное пособие. Калининград, 1997. 84 с.
5. Баталов О.Г. Когнитивно-функциональный аспект окказионального словообразования в художественном тексте : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук : 10.02.04. Нижний Новгород, 2004. 16 с.
6. Безуглая Л.Р. ИмPLICITные смыслы в дискурсе: когнитивно-коммуникативный подход. Когниция, коммуникация, дискурс, 2010. № 1. С. 8—21.
7. Белоусова Е.А. Окказиональное слово в произведениях современной научной фантастики : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог. наук : 10.02.01. Майкоп, 2002. 19 с.
8. Биаловонс (Каменная) Е.Ю. Перевод окказионализмов в произведениях современной фантастики. Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки, 2011. № 1. С. 73—76.
9. Бялик В.Д. Лексичний квантор в англomовному публіцистичному дискурсі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філолог. наук : 10.02.04. Київ, 2013. 32 с.
10. Габинская О.А. Типология причин словотворчества. Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1981. 152 с.

11. Глюдзик Ю. Роль поетонімів у літературі для дітей (на прикладі циклу повістей «The Chronicles of Narnia» К.С. Льюїса). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Одеса, 2017. С. 102—104.
12. Головина Э.Г. Параметры окказионального в речи диалектного типа. Диалектное и просторечное слово в диахронии и синхронии: Межвуз. сб. науч. тр. Вологда, 1987. С. 103—110.
13. Голомидова М.В. Искусственная номинация в русской ономастике. Екатеринбург, 1998. 231 с.
14. Єнікєєва С.М. Система словотвору сучасної англійської мови: синергетичний аспект (на матеріалі новоутворень кінця ХХ – початку ХХІ століть) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2011. 35 с.
15. Єнікєєва С.М. Формування та функціонування нових словотворчих елементів англійської мови : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 1999. 16 с.
16. Зацний Ю.А. Неологізми англійської мови 80–90-х років ХХ століття. Запоріжжя: РА «Тандем-У», 1997. 396 с.
17. Ильясова С.В. Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ : автореф. дис. на соискание науч. степени д-ра филолог. наук : 10.02.01. Ростов-на-Дону, 2002. 55 с.
18. Калинин В.М. Теория и практика лексикографии поэтонимов: На материале творчества А.С. Пушкина. Донецк: Юго-Восток, 1999. 246 с.
19. Карпіловська Є.А. Неузуальне словотворення: правила «гри без правил». Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія: Філологія. 2005. Т. 8. № 1. С. 106—117.
20. Климас И.С. Окказиональное слово в разных языковых стратах. Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2012. № 3–2 (23). С. 87—94.

21. Колоїз Ж.В. Неузале словотворення: монографія. Кривий Ріг: НПП Астерікс, 2015. 158 с.
22. Лотман Ю.М. Структура художественного текста. Москва: Просвещение, 1970. 384 с.
23. Намитокова Р.Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект. Ростов-на-Дону: РГУ, 1986. 156 с.
24. Никитченко К.П. Лінгвокогнітивна природа способів оказіонального словотворення в англійському постмодерністському художньому тексті : дис. ... канд. філолог. наук. : 10.02.04 / Одеський національний університет ім. І.І. Мечнікова. Одеса, 2017. 274 с.
25. Ніконова В.Г. Трагедійна картина світу в поезії Шекспіра. Дніпропетровськ: Вид-во Дніпропетровськ. ун-ту економіки та права, 2007. 364 с.
26. Новикова Н.В. Названия летательных аппаратов в современной научно-фантастической литературе. Терминология и культура речи. Москва, 1981. С. 250—258. URL: <http://www.dissercat.com/content/okkazionalnoe-slovo-v-proizvedeniyakh-sovremennoy-nauchnoy-fantastiki#ixzz5EMIRgHw7> (дата звернення 22.04.2018).
27. Одончимэг Т. Восприятие и окказиональная вербализация эмотивных составляющих невербальных знаков носителями разноразличных языков (на материале русского и монгольского языков) : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук : 10.02.19. Кемерово, 2013. 21 с.
28. Ребрій О.В. Оказіоналізми в сучасній англійській мові (структурно-функціональний аналіз) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 1997. 18 с.
29. Стишов О.А. Оказіоналізми у мові сучасних мас-медіа. Культура слова. 2001. Вип. 59. С.72—76.
30. Турчак О.М. Оказіоналізми в мові української преси 90-х років ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01. Дніпропетровськ, 2005. 19 с.

- 31.Тхір М.Б. Створення іміджу президента в американському політичному дискурсі: лінгвокогнітивний та комунікативно-когнітивний аспекти (на матеріалі політичних промов Барака Обама) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Херсонський державний університет. Херсон, 2014. 295 с.
- 32.Филиппова М.М. Жанры саркастических высказываний в английском языке. Культура народов Причерноморья: Науч. журнал. Ялта. 2006. Т. 2. № 82. С. 199—202.
- 33.Ханпира Эр. Об окказиональном слове и окказиональном словообразовании. Развитие словообразования современного русского языка. Москва: Наука, 1966. С. 153—166.
- 34.Четина М.М. Когнитивный анализ окказиональной номинации (на материале прозы Дж. Фаулза). Творчество молодых ученых. 2010. С. 155—158.
- 35.Шанский Н.М. Очерки по русскому словообразованию. Москва: КомКнига, 2010. 336 с.
- 36.Шаталова Ю.Н. Неузואальные способы создания новых слов в повседневной разговорной речи. 2009. № 2. С. 192—196. URL: <https://moluch.ru/archive/2/120/> (дата звернення: 01.01.2018).
- 37.Шаховский В.И. Социальная интеракция власти и народа через языковую игру. Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2006. Т. 1. С. 21—28. URL: <http://www.tkerlungua.by.ru> (дата звернення: 01.01.2018).
- 38.Algeo J. On Defining the Proper Name. Foundations of Language. 1975. P. 603—606. URL: <https://philpapers.org/rec/ALGODT> (дата звернення 22.04.2018).
- 39.Alvarez-Pereyre M. Using Film as Linguistic Specimen: Theoretical and Practical Issues. Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2011. P. 47—68.
- 40.Bednarek M. Expressivity and Televisual Characterization. Language and Literature. 2011. № 20(1). P. 3—21.
- 41.Bednarek M. The Stability of Televisual Character: A Corpus Case Stylistic Study. Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Film and Television Series. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam: John Benjamins, 2011. P. 185—204.

42. Babel C. The Linguistic Construction of Character Relations in Tv Drama: Doing Friendship in Sex and the City: Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Philosophie. Der Philosophischen Fakultäten der Universität des Saarlandes. Saarbrücken, 2006, 293 s. URL: http://scidok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2006/598/pdf/Diss_Babel_publ.pdf (дата звернення: 24.04.2018).
43. Carter R. Language and Creativity: The Art of Common Talk. London; New York: Routledge, 2004. 255 p.
44. Cerula V. Проблематика окказионального слова. Jazyk a kultura. 2010. № 4. 17 с. URL: http://www.ff.unipo.sk/jak/4_2010/cerula.pdf (дата звернення: 24.04.2018).
45. Crystal D. Investigating Nonceness: Lexical Innovation and Lexicographic Coverage. Manuscript, Narrative, Lexicon: Essays on Literary and Cultural Transmission in Honor of Whitney F. Bolton. Ed. by R. Boeing, K. Davis. Lewisburg: Bucknell University Press, 2000. P. 218—231.
46. Crystal D. Language Play. London: Penguin Books, 1998. 249 p.
47. Dijk van T.A. Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction. London: SAGE Publications Ltd, 2011. 2-nd ed. 432 p.
48. Dynel M. Humorous Phenomena in Dramatic Discourse. European Journal of Humour Research. Lodz. 2013. Vol.1 (1). P. 22—60. URL: <http://www.europeanjournalofhumour.org> (дата звернення: 24.04.2018).
49. Fauconnier G., Turner M. The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities. New York: Basic Books, 2002. 465 p.
50. Hohenhaus P. Ad-hoc-Wortbildung. Terminologie, Typologie und Theorie kreativer Wortbildung im Englischen. Frankfurt am Main: Lang, 1996. 505 p.
51. Lehrer A. Blendalicious. Lexical Creativity. Texts and Contexts. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 115—137.
52. Lipka L. Lexical Creativity, Textuality and Problems of Metalanguage. Lexical creativity. Texts and Contexts. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 3—13.

53. Munat J. Editor's Preface. *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 13—16.
54. Porto D. Creative Lexical Categorisation in a Narrative Fiction. *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 213—239.
55. Quaglio P. Television Dialogue: the Sitcom Friends vs Natural Conversation. Amsterdam: John Benjamins, 2009. 182 p.
56. Renouf A. Tracing lexical Productivity and Creativity in the British Media: "The Chavs and the Chav-Nots". *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007. P. 61—93.
57. Rossi F. Discourse Analysis of Film Dialogues. *Italian Comedies between Linguistic Realm and Pragmatic Non-Realism. Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series*. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam: John Benjamins, 2011. P. 21—46.
58. Rua P.L. Keeping up with the Times. *Lexical Creativity in Electronic Communication. Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 137—163.
59. Stekauer P. *English Word-Formation. A History of Research (1960–1995)*. Tübingen: Gunter Narr, 2000. 494 p.
60. Stokoe E. Dispreferred Actions and Other Interactional Breaches as Devices for Occasioning Audience Laughter in Television 'Sitcoms'. *Social Semiotics*. 2008. № 18(3). P. 289—307.
61. Toolan M. I Don't Know What They're Saying half the Time, but I'm Hooked on the Series: Incomprehensible Dialogue and Integrated Multimodal Characterisation in *The Wire*. *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television series*. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2011. P. 161—183.
62. Veale T. Dynamic Creation of Analogically-Motivated Terms and Categories in Lexical Ontologies. *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 189—213.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОКАЗІОНАЛЬНОГО
СЛОВОТВОРЕННЯ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ
У ЛІНГВОКОГНІТИВНІЙ І КОМУНІКАТИВНО-КОГНІТИВНІЙ
ПАРАДИГМАХ

1.1 Тлумачення природи okazіонального словотворення в англійській мові

1.1.1 Мовна креативність та її роль в okazіональному словотворенні.

Креативність як ментальний і культурний феномен довгий час була предметом міждисциплінарних досліджень, входячи до кола інтересів представників різних дисциплін (психологія, соціокультурологія та антропологія), проте креативність у мові ще не є достатньо висвітленою. Тому це поняття є відносно новим у лінгвістичних розвідках, незважаючи на істотне пожвавлення інтересу науковців до проявів лінгвокреативності у різних вимірах мовної системи, а саме: у художній літературі (жанри наукової фантастики, фентезі, дитячої та підліткової літератури) [189], реклами [213], мас-медіа та Інтернет-дискурсі [197; 201; 182], у дитячій мові [189], розмовній мові [144; 172], у перекладознавчих студіях [91; 92] та ін.

На сучасному етапі дослідження лінгвокреативності у лінгвістичній парадигмі здійснюється у двох різних напрямках, а саме: лінгвокреативність у літературі [208; 163; 91; 92; 78] та у щоденному спілкуванні [172; 151; 152; 210; 138]. Представники першого напрямку трактують цей феномен як «функціонування ряду формальних ознак» та «особливості стилю певного тексту» [172, с. 467]. Прихильники другого розглядають лінгвокреативність не в ізольованих текстах, а як взаємодію між «текстами та їх соціальними контекстами» [173, с. 468], демонструючи можливості використання креативності у конкретних комунікативних контекстах, так як формальні риси, притаманні переважно літературним творам, широко використовуються у розмовній мові, виконуючи важливі соціальні функції.

У контексті найсучасніших лінгвістичних розвідок основні дослідження лінгвокреативності реалізують такі підходи, як:

- соціолінгвістичний [144; 172];
- мовно-креативний / когнітивний [3; 182; 194]
- дискурсно-креативний / прагматичний [210; 189, 102];
- структурний [132; 133; 134; 167; 168].

Насамперед, слід звернутися до визначення поняття «мовна креативність» («лексична креативність» [184], «лінгвістична креативність / лінгвокреативність» [78]). У вітчизняних наукових джерелах [118] надають перевагу терміну «мовотворчість», тоді як ад’єктивований варіант «лінгвокреативний» був уперше вжитий у працях Б. Серебреннікова головним чином у комбінації з іменниками «мислення», «діяльність», «функція», позаяк саме лінгвокреативне мислення пов’язане з мовотворчою функцією словотвору [97, с. 11].

Різні парадигми вивчення феномену лінгвокреативності надають різні дефініції цього поняття, залежно від пропонованого кута розгляду. Змістовне навантаження лінгвокреативності у сучасній інтерпретації є багатоаспектним і означає «створення нових лексем для позначення нових чи вже існуючих концептів, дозволяючи інтегрувати непоєднувані ідеї в одне ціле у нашій власній поняттєвій системі» [181, с. 205]. За словами Р. Бенчес, «лінгвістична креативність полягає у здатності проводити асоціативні паралелі між поняттями та концептами, засновані на подібності, аналогії та суміжності» [139, с. 7]. Згідно з твердженням Р. Поупа [193], мовна креативність є «безперервним процесом творення, протягом якого мовець / письменник породжує необмежену кількість свіжих та образних продуктів з обмеженої кількості існуючих ресурсів задля задоволення конкретної комунікативної мети» [193, с. 15]. Лінгвокреативність слід також розглядати як спільне зусилля мовця та письменника, що переформатовує наявний мовний матеріал із застосуванням фонових знань [144].

Грунтовний опис кваліфікативних ознак феномена лінгвокреативності із позицій інтегрування ментальних площин та взаємодії їх інтерпретацій на тлі відхилення від мовної норми пропонує Г. Монастирецька. «Виявлення лінгвокреативності в мовленні іноді може сприйматися не просто як оригінальність, але як ексцентричність» [78, с. 42]. Подібно висловлюється й Р. Картер, на чие переконання креативність у мові зачіпає проблеми самовираження, так як особистість мовця може виражати так звану «колективну належність» [144, с. 47].

Якщо розглядати природу лінгвокреативності з позицій когнітивної лінгвістики, то творення ОЛО передбачає попереднє створення відповідного концепту чи категорії. Обидва процеси є вмотивованими аналогією, використання якої може бути як експліцитним, так і імпліцитним [215, с. 209].

У наукових напрацюваннях в царині «прототипного аналізу» [82; 180; 194;] в основі лінгвокреативності вбачається взаємодія одиниць, запозичених із ментального лексикону мовців («базової форми» [179, с. 93]), який розуміють у вигляді сітки «радіальних прототипних категорій», що пояснює, як вигадані лексичні одиниці можуть викликати у читача / слухача низку асоціацій та відчуттів [194, с. 218]. Така система надає змогу побачити, на якому етапі відбувалася семантична зміна без фактичної зміни значення. Ресурси для подальшого обігрування містяться саме у ментальному лексиконі мовців [182, с. 132]. Відтак, у межах когнітивного підходу креативні лексичні категорії розглядаються під двома різними кутами зору: семасіологічним (продукування нових значень для загальноживаних одиниць) та ономасіологічним (підбір відповідної інтерпретації для новотворів) [182, с. 218].

Процес формування нових смислів є багатоетапним, тому лінгвісти пропонують ряд алгоритмів продукування креативних одиниць. У цьому світлі необхідно згадати три стадії лінгвокреативної еволюції Ж. Піаже: а) стадія елементарних сенсомоторних дій (логічна генералізація ідей й інтеграція нового досвіду в існуючі схеми); б) стадія концептуальної логіки (визначення денотативного характеру предмета з формуванням фраземотворчої бази за

допомогою семіотичного / символічного мислення); в) стадія семіотичного мислення (актуалізація словесних знаків у синтагматичні ланцюжки) (*цит. за:* [3, с. 38–39]).

У рамках структурної парадигми поняття «мовна креативність» розглядається в опозиції з поняттям «продуктивність». Л. Бауер [133] протиставляє ці поняття, стверджуючи, що не всі новотвори є результатом продуктивності, серед них: 1) одиниці у поезії та «високохудожніх» текстах; 2) слова, притаманні газетним заголовкам; 3) каламбурно-ігрові утворення; 4) спонтанні утворення, вигадані окремим індивідом під час розмови; 5) нові технічні терміни, елементи яких не завжди служать для подальших дериваційних актів; 6) окремі новостворені одиниці, морфемний склад яких ще не є свідченням продуктивності [133, с. 57–58]. У такому світлі «креативність» і «продуктивність» розглядаються як гіпоніми поняття «інновація», прототипи з більш центральним, або ж периферійним розташуванням у мовній системі [134, с. 203], а креативність – це «непродуктивна інновація».

У свою чергу, П. Гогенгаус [167; 168] визначає креативність як «усвідомлений, майстерний та дотепний процес творення, який не керується правилами», а продуктивність як «потенційну можливість застосування норми або ж “фактичне / реальне правило в дії”» [168, с. 16]. Проте дуже часто стає неможливим провести чітку межу між цими поняттями, співвідношення яких є «градієнтною ознакою з різним ступенем “значущості” новотворів» [168, с. 16]. Тому на перший план виходять комунікативні функції результатів як продуктивного, так і креативного словотвору (Додаток А, *табл. А.1*). Справедливо стверджувати, що «неможливо передбачити, яке мовне явище стане продуктивним і чи внаслідок щасливого випадку, авторського стилю чи типу тексту» [197, с. 71].

Таким чином, розмежування креативності та продуктивності нерозривно пов'язане з функціональним аспектом словотвору, у якому виділяються не тільки загальні, а й більш конкретні метакомунікативні функції, що часто здійснюються за допомогою креативних засобів [168, с. 15–16]. Проте необхідно зауважити, що усі вищезазначені тлумачення лінгвокреативності є неповними без урахування взаємодії

з контекстом. Із цієї причини прихильники дискурсно-креативного підходу визначають статус лінгвокреативності через функцію, яку вона виконує у даному комунікативному середовищі. Адже навіть найефемерніші лексичні утворення без постійного місця у лексиконі сприяють конструкції «дискурсного значення» [189, с. 13]. І. Кларк та Г. Кларк у праці “When Nouns Surface as Verbs” (1979) навіть виділяють клас інноваційних контекстуально-зумовлених дієслів, називаючи їх терміном «контекстуали» [147, с. 782]. Інколи для інтерпретації креативної одиниці буває недостатньо контексту, тому додається візуальний супровід у вигляді графічних засобів (мова мас-медіа, рекламної індустрії та шоу-бізнесу) [182, с. 132].

Під таким кутом зору лінгвокреативністю є «властивістю мови, відповідно до якої “мовні користувачі” не відтворюють, а заново створюють, переформатовують і переносять у нові, часто несподівані контексти наявні мовні та культурні ресурси під час мовленнєвого акту» [210, с. 491–496]. Проте Р. Джонс не погоджується з даною дефініцією, стверджуючи, що така інтерпретація підкреслює, насамперед, взаємозв’язок між креативністю та мовою, тоді як більш прийнятним є вивчення взаємодії між креативністю та дискурсом [172, с. 467]. А. Ренуф вважає креативність засобом досягнення конкретного стилістичного ефекту, методом донесення до читача відчуття «ерудованості, вишуканості та віддаленості автора» [197, с. 70].

Розуміння лінгвокреативності є неповноцінним без урахування соціокультурних, соціолінгвістичних і соціоантропологічних чинників. Погляд із такої перспективи дозволяє пояснити, яким чином суспільство обумовлює різні форми креативності. У такому світлі важко погодитися із визначенням лінгвокреативності як «сфери еволюційної динаміки мови» [3, с. 36]. Адже для повного розуміння креативної мовної гри необхідне якщо не глибоке, то принаймні достатнє знання культури мовця чи письменника [144, с. 21–24].

Розрізняють декілька типів креативних процесів, що сприяють збагаченню словникового запасу, відомих під назвою «динамічна лексикологія» (Ж. Турньє) [214, с. 51], що визначають чотири макромеханізми утворення лексичних інновацій:

а) морфо-семантичні процеси (результати продуктивних словотвірних моделей); б) семантичні процеси, засновані на метафоричному / метонімічному перенесенні значення; в) морфологічні процеси (редукційні процеси, як-то: скорочення, акронімія, бленди); г) зовнішні процеси (запозичення) [184, с. 5].

Серед факторів лінгвокреативності слід виділити: прагматичні мотиви (необхідність дати назву новим реаліям і стисло передавати інформацію); спонтанно-ігрові мотиви (прагнення видатися дотепним); соціолінгвістичні мотиви (бажання підтримувати внутрішньогрупові зв'язки) [201, с. 157]. Дж. Мунат також виокремлює стилістичні мотиви й індивідуально-авторський стиль [189].

Лінгвокреативність однаково залежить як від семантичних, так і від фонетичних процесів, та ключовим фактором лексикалізації новотвору є евфонія. Часом особливо креативні лексичні одиниці базуються виключно на фонетичній подібності навіть за відсутності відповідного семантичного підґрунтя – явище, позначуване терміном «хибна аналогія» [215, с. 194].

Формами лінгвокреативності є [130, с. 315–325]: спонтанне неусвідомлене творення словотвірного зразка і трансформація словотвірного зразка з винахідливим і навмисно вільним поводженням із мовними моделями.

Подібно, К. Кюіпер [179] розрізняє умисну та ненавмисну лінгвокреативність. У першому випадку звичайні мовці звертаються до креативних засобів під час конвенційного мовленнєвого акту (обмовки, що призводять до ненавмисної гри слів). Другий стосується утворень, які передбачають креативність згідно авторського задуму (ономастика нових продуктів споживання) [179, с. 93].

Зауважимо, що зростання кількості Інтернет-користувачів призвело до нових тенденцій лінгвокреативності з метою економії мовних засобів [78, с. 44; 201, с. 143]:

- 1) розвиток дитячої мовотворчості або ігровий аспект мовної творчості дорослих (нонсенс, лімерики тощо);
- 2) конкуренція в ораторській вправності та дотепності;
- 3) широке застосування аббревіатур, акронімів, омонімів, ономатопейних утворень, фонетичних мутацій;

- 4) використання символів, чисел та відсутності пропусків у тексті;
- 5) відносна свобода в індивідуальному порушенні та трансформуванні правил;
- 6) групова лінгвокреативність (вибудовування абсурдного оповідання, гумористичні твори, написані кількома співавторами);
- 7) схильність інтернет-користувачів переймати найпопулярніші ідеї один одного на протигагу загальноприйнятим нормам.

Лінгвокреативність значною мірою залежить від виду текстів через інтертекстуальність [184, с. 5]. Тому осмислення природи лінгвокреативності можливе за умови емпіричного вивчення текстів різних жанрів шляхом аналізу висхідних і низхідних зв'язків на лінії семіозису: адресант, текст, адресат [118, с. 22].

Лінгвокреативність проявляється у низці іпостасей, серед яких: реалізація креативного потенціалу граматики у мовленні потенційними граматичними формами; okazіоналізми; морфологічні солецизми; «парадигматичні лакуни, обумовлені нормативними обмеженнями в кодифікованих системах словозміни» [93, с. 32–34]; мовленнєві імітації граматичних аномалій; граматичні контрасти; накопичення подібних граматичних компонентів з метою «гіперекспресії»; граматична варіативність; лексико-граматичний плюралізм із метою семантичної двозначності; контекстуально зумовлені семантичні зрушення; омоніми, які виступають основою каламбуру; граматичні рефлексиви; граматичні метафори.

Отже, лінгвокреативністю можна вважати здатність мовних користувачів творчо переформатовувати наявний мовний матеріал і соціальний контекст, його індивідуально-авторське застосування з прагматичною, соціолінгвістичною та гумористичною метою.

1.1.2 Статус okazіональних утворень у системі англійської мови. Вивчення okazіоналізмів у вітчизняному та російському мовознавстві останнім часом знаходиться у центрі уваги дослідників, хоча у 50-х – 60-х роках минулого століття індивідуально-авторське словотворення активно вивчалось. Найбільший внесок у аналіз індивідуально-авторської словотворчої діяльності на теренах пострадянського

простору зробили В. Виноградова [14], О. Габінська [17], О. Земська [40], Н. Ільєсова [42], О. Ликов [73; 74], В. Лопатін [72], Р. Намітокова [79], Н. Фельдман [106], Е. Ханпіра [109], М. Шанський [116]. Величезний вплив на розвиток okazіоналістики здійснила А. Ахманова [8].

Більшість вищезазначених лінгвістів вивчали ОЛО переважно з точки зору словотвірних способів і процесів, однак такий підхід не давав вичерпної відповіді на те, як і з якою метою вони вживаються. Тому у період сьогодення різні аспекти okazіонального словотворення привернули увагу Ж. Колоїз [53; 54; 55], Е. Карпіловської [46], О. Турчак [103; 104], В. Церули [145], Н. Молодчої [77], Д. Гугунави [28], О. Стишова [100], О. Ребрія [91; 92], Ю. Зацного [39], а саме: лексикологічний, соціолінгвістичний, ономасіологічний, перекладознавчий, лексикографічний тощо. У західному мовознавстві okazіональне словотворення було об'єктом вивчення Л. Бауер [132; 133; 134], К. Бузашшіової [143], П. Гогенхауса [167; 168], П. Штекауера [205; 206; 207], К. Векенмана [216], Л. Ліпки [184]. Проте поява й амбівалентність нових лексичних одиниць вимагає різноаспектного дослідження. З метою збагнути їхню природу та виокремити відмінні та спільні риси необхідно розглянути весь термінологічний спектр на позначення нових слів.

Загалом, лінгвісти послуговуються термінами «**неологізм**» («новотвір», «інновація», «інноваційна одиниця»), «**оказіоналізм**» («оказіональне утворення», «оказіональне слово», «індивідуальне утворення»), «**потенціалізм**» («потенційне слово», «потенційна одиниця»). Проте співвіднесеність цих термінів, як і статус новотворів у лексичній системі англійської мови, є суперечливим питанням, що і зумовлює інтерес вітчизняних і закордонних дослідників. Дослідження новотворів переважно базується на двох опозиціях: «мова – мовлення» та «узуальність – okazіональність». На сучасному етапі новотвори також розглядаються з позицій авторства: письменницькі та спонтанно-розмовні (неписьменницькі) [107].

Основними підходами до вивчення новотворів виявляються [94, с. 494]:

1) структурний (у вітчизняній традиції) [8; 74; 107; 109; 112], у фокусі якого є структурна відповідність / невідповідність нормам словотворення і який протиставляє потенціалізмам й okazіоналізмам;

2) комунікативно-функціональний [81] (у сучасних західних працях) [9; 17; 29; 46; 72; 167; 168; 206; 207], який позиціонує потенціалізми як різновид ОЛО;

3) синергетичний [32; 33; 68; 69], який розглядає мову як самостійну взаємодетерміновану систему з наявністю інтеррегуляторних зв'язків, а okazіоналізми індикатором безперервного розвитку мови.

У рамках структурного підходу, започаткованим всі Е. Ханпірою [109, с. 153–154], новотвори поділяються на неологізми, okazіоналізми та потенціалізми (напівоказіональні одиниці). Постулюючи даний підхід, потенціалізми – оце «одиниці, що реалізують словотвірні норми», а okazіоналізми – «явища, які їх порушують» [40, с. 189]. Термін «потенціалізм» уперше вжив Г. Винокур (*цит. за:* [29, с. 10]). Потенційні слова відповідають словотвірній нормі, але є аномальними з погляду лексичної норми [46]. Такі одиниці ще називаються словоформами [124, с. 1927] або віртуальними лексемами [107]. У тлумаченні Г. Ликова, це – системні та несистемні okazіоналізми [74].

Проте більшість науковців погоджуються з тим, що розмежування між потенціалізмами й okazіоналізмами не має практичного застосування. О. Габинська, наприклад, зазначає, що у випадку існування лише теоретичної можливості виникнення нової лексичної одиниці самого слова, відповідно, не існує [17, с. 35], тож доцільніше класифікувати такі утворення як одиниці, утворені за продуктивними та непродуктивними (оказіональними) моделями. Тому пропоненти другого підходу розглядають потенціалізми як різновид okazіональних утворень. Диференціюють три рівні okazіоналізмів: (1) okazіоналізми 1-го ступеня («нестандартні одиниці, утворені за вимогами нормативного словотвору», що співвідносяться з потенціалізмами); (2) okazіоналізми 2-го ступеня (порушують норми, але без утруднення інтерпретації); (3) okazіоналізми 3-го ступеня (інтерпретація поза контекстом неможлива) [9, с. 16]. П. Штекауер [205] стверджує, що оскільки кожен називний акт відповідає конкретній потребі, стає неважливим, з якою метою таку одиницю було утворено, адже всі слова входять до лексичної системи, і тільки мовна спільнота може вирішити їхню подальшу долю [205, с. 101]. Крім того, розрізнення на okazіоналізми і потенційно

можливі відхилення від норми зосереджується виключно на словотвірному аспекті, що, на нашу думку, є неповним та однобічним.

У синергетичній парадигмі постулюється, що okazіоналізми – це флуктації та девіації на макрорівні системи, які порушують її стагнаційний стан, зумовлюючи перезавантаження усієї системної ієрархії. Відтак наявність так званих відхилень від норми сприяє розвитку та збереженню автентичності мови [32; 33].

Таким чином, порушення норми словотворення призводить до появи нестандартної одиниці – okazіоналізму. Насамперед, слід звернутися до визначення самого терміну «okazіоналізм». Дане поняття бере початок від латинського *occasio* ‘випадок’, що вказує на його зв’язаність із конкретною мовленнєвою ситуацією. Поняття okazіонального було вперше згадано у протиставленні узуальному німецьким мовознавцем Г. Паулем ще 1880 р. в праці «Принципы истории языка» (*цит. за:* [103, с. 299]). Прикметник «okazіональний» був уперше згаданий Р. Шор у праці «Мова та суспільство» ще у 30-х роках минулого століття (*цит. за:* [145, с. 2]), проте у якості лінгвістичного терміну він був уведений у вжиток Н. Фельдман у 1957 році (*цит. за:* [104, с. 8]).

Зарубіжні лінгвісти послуговуються терміном “nonce words / words for the occasion”, уперше введеним в обіг у 1884 р. одним із редакторів the New English Dictionary Джеймсом Мюрреєм для позначення «новотвору, який виник виключно для конкретної ситуації» [221]. Наразі у мовознавчих колах найбільш прийнятними вважають терміни «okazіоналізм» та «okazіональне слово / одиниця».

Хоча усі запропоновані визначення okazіональної лексичної одиниці зазвичай дублюють одне одного, на нашу думку, одну з найвичерпніших дефініцій терміну запропонувала О. Турчак: okazіоналізми – це «незвичні, експресивно забарвлені слова чи стійкі сполучення слів (нові за значенням і формою або тільки за значенням / формою), які оригінально називають предмети і явища, утворені з порушенням законів деривації, існують лише в контексті, мають свого автора й характеризуються <...> одноразовістю й нерегулярністю використання» [104, с. 7].

У 1972 р. О. Ликов [74] запропонував перелік критеріїв okazіональності: належність до мовлення; невідтворюваність; вмотивована неправильність; функціональна одноразовість; індивідуальна приналежність; експресивність; номінативна факультативність [74, с. 11]; синхронно-діахронна дифузність (відсутність здатності «старіти» [74, с. 43]).

Д. Гугунава [28] обстоює думку, що «неологізми – прерогатива мови (langue), а okazіоналізми виникають у мовленні (parole) та супроводжуються відчуттям незвичності їх формальної та змістової сторін» [28, с. 4].

Російські та вітчизняні дослідники є, як правило, прихильниками традиційного, структурного, підходу до розгляду ОЛО, за яким вони позиціонуються як структурні підвиди неологізмів, утворені, відповідно, за продуктивними, малопродуктивними та непродуктивними моделями. Такий ракурс вивчення ОЛО також називають «диференційованим» [81], адже акцентується протиставлення структурних аномалій відповідно до рівня невідповідності стандарту. Пропоненти ж «інтегрованого» [81]) підходу надають ОЛО статус проміжної ланки між виникненням одиниці до її лексикалізації у мові, відправної точки на перехідному етапі від okazіональності до узуальності, з відцентровим вектором від поняття «норма». Проте як okazіоналізми, так і неологізми представляють номінативні одиниці з різним ступенем конотативності, експресії та рівнем престижності. А відповідальність за лексикалізацію новоствореної одиниці несуть виключно мовні користувачі. Так, славісти К. Бузашшюва та О. Мартінцова трактують ОЛО як «нестандартне творення слів з погляду словотвірної норми та творення лексики, неуживаної чи неусталеної в системі мови», таким чином, дослідниці доповнюють соссюрівську дихотомію «мова – мовлення» перехідною позицією «норма» [143, с. 262–263].

П. Гогенгаус розробив власну теорію okazіоналізмів, які він називає «ad-hoc утвореннями» [167, с. 238], приналежність яких до okazіоналізмів визначається «ступенем okazіональності» [167, с. 6], який вимірюється на основі певних критеріїв:

→ унікальність (неможливо перевірити частоту вживання новотворів у всіх можливих контекстах, отже okazіоналізмом може вважатися одиниця, відсутня у ментальному лексиконі мовця / слухача) [167, с. 14];

→ ситуаційна та контекстуальна залежність (інтерпретація okazіоналізму поза контекстом залежить від досвідно-світоглядних характеристик особи) [167, с. 29]);

→ відхилення від існуючих словотвірних норм;

→ відсутність у лексиконі (виключно з позиції синхронії) [167, с. 51].

На відміну від Гогенгауса, П. Штекауер [205] розглядає ОЛО у діахронії у рамках власної ономасіологічної теорії, вважаючи їх «“називними одиницями”, які представляють певний етап від зародження слова до його широкого використання» [205, с. 99]. На його думку, особливостями ОЛО є:

→ так як okazіоналізми є «“називними одиницями”, які на рівні системи є регулярними та передбачуваними, бо утворюються на вимогу мовної спільноти, тільки від неї залежить, чи інтегруються вони у центр системи, чи залишаються на периферії з перспективою зникнення» [205, с. 110];

→ незвичність okazіональних утворень пояснюється взаємодією лінгвальних та екстралінгвальних факторів: співвідношенням між мовою й екстралінгвальною реальністю, а також взаємозв'язком між мовою та мовною спільнотою [205, с. 99].

Ономасіологічна модель П. Штекауера: «На ономасіологічному рівні одна з сем виконує функцію ономасіологічної основи (ОО), що позначає загальний клас, до якого належить об'єкт номінації, а інші семи є ономасіологічними маркерами (ОМ), що конкретизують ОО» [206, с. 338]. Автор поділяє ОМ на детермінуючі та детерміновані елементи. Сукупність ОО та ОМ і складає ономасіологічну структуру.

Теорія okazіоналізмів П. Штекауера [205] підкреслює нерозривну єдність словотворчого та лексичного компонентів, але незалежно від синтаксичного (Додаток А, *рис. А.1*). Усі називні одиниці виникають у словотвірному компоненті та поповнюють лексичний склад мови. Оскільки кожен називний акт відповідає конкретній потребі як індивідуального мовця, так і мовної спільноти, то результатом

словотворення стає «називна одиниця». Позаяк неважливо, з якою метою (одноразове чи тривале користування мовною спільнотою) одиниця була утворена, адже лише мовна спільнота може вирішити її подальшу долю [205, с. 101].

О. Чиркова розмежовує неологізми й okazіоналізми, розглядаючи їх як категорії різних площин – синхронної та діахронної [115, с. 93].

На думку Ж. Колоїз [53; 54; 55], okazіональність є первинною стадією неологізму, який поступово виходить за межі конкретної ситуації до узусного вживання [54, с. 80]. За сприятливих умов («подолання межі пасивності» [54, с. 80]) неологізм переходить до пласту загальноновживаної лексики. Так, розвиток мовної системи детермінується процесом переходу okazіональності в узувальність. Наразі у наукових напрацюваннях у домені okazіоналістики пропонуються критерії потенційного переходу okazіоналізмів у неологізми, а відтак до узувальних одиниць: семантична прозорість, ситуативна детермінованість на основі асоціативних зв'язків, «співпадіння оцінки» носіями мови та фактор соціальної престижності [30, с. 51].

Проте варто зауважити, що як термінологічний ряд на позначення ОЛО, так і її співвіднесеність із суміжними поняттями синонімічного ряду залишаються суперечливими питаннями і потребують додаткового вивчення. О. Ребрій [91] зауважує, що для тлумачення таких одиниць слід враховувати їх тісний зв'язок із контекстом, велике прагматичне навантаження через ускладнення структури та необхідність залучення фонових знань [91].

Отже, статус ОЛО залишається суперечливим і розглядається у рамках різних наукових парадигм – структурної (вітчизняної), діахронної (прозахідної) та синергетичної, що обстоює динамічну взаємозумовленість виникнення okazіоналізмів і збереження автентичності мови. У нашому дослідженні, дотримуємося дефініції ОЛО у руслі інтегрованої парадигми, тобто розглядаємо ОЛО як гіпонім у ланці суміжних понять, адже розрізнення на okazіоналізми і потенціалізми у структурній парадигмі зосереджується виключно на словотвірному аспекті, що, на нашу думку, є неповним та однобічним.

1.1.3 Типологія оказіональних утворень: основні морфологічні та неморфологічні способи оказіонального словотворення. Усі оказіональні утворення розглядаються за структурними, семантичними й етимологічними параметрами у рамках нижченаведених дихотомій:

- 1) форма – зміст [35; 46; 53; 54; 55; 77];
- 2) структурна відповідність – невідповідність нормам словотворення [122; 40];
- 3) спонтанне виникнення у мовленні – створення зі стилістичною метою – розмовні (неписьменницькі) утворення та індивідуально-авторські (письменницькі) одиниці [79; 124; 129; 144; 151; 152; 167; 168].

За співвідношенням форми та змісту розрізняють [35; 46] такі типи ОЛО, як: власне неологізми (нова форма – нове значення), трансномінації (нова форма – старе значення), семантичні іновації (стара форма – нове значення) [35; с. 19–20].

Ж. Колоїз [53; 54] розширює вищезазначену класифікацію:

→ фонетичні (фонологічні), репрезентовані ономаіопейними утвореннями, комбінаціями звуків, що додають елементи грецького чи латинського походження (*цит. за:* [35, с. 19–20]), фонетичними аналогіями, «хибними аналогіями».

Щоприродніше звучить новостворена лексична одиниця у контексті мовних норм, то більш вірогідним є факт її закріплення у лексиконі [215, с. 194];

→ лексичні: антропоніми, персоніми, флоризми, зооніми, натурфактоніми, артефактоніми, ідеоніми, вербоніми і т.ін.;

→ морфологічні (передбачають випадкові граматичні модифікації);

→ фраземні (субституція, експлікація, контамінація та еліптизація значення);

→ синтаксичні (внутрішньо-реченнєві / сполученнєві перетворення із послабленими синтаксичними зв'язками;

→ семантичні.

У праці Н. Молодчої [77] семантичні оказіоналізми зазнають подальшої класифікації на метафоричну і метонімічну антономазію, метафоричне і метонімічне перенесення, узагальнення і звуження значення [77, с. 11].

Зазначимо, що лексичні та семантичні okazіоналізми є переважно однокомпонентними, тоді як «okazіональні фраземи є надслівними і продукуються внаслідок синтаксико-фразеологічних дериваційних процесів» [46, с. 109].

За категоріальним значенням усі ОЛО поділяються на три групи [15, с. 22–27]: предметності (назви осіб, предметів, явищ, опредметнених дій); процесуальної ознаки; непроцесуальної ознаки (активізація граматичних категорій, призначених для підсиленої експресії, зокрема ступенів порівняння прикметників і прислівників).

За структурною відповідністю нормам словотворення ОЛО поділяють [122, с. 83–84] на: 1) ОЛО, утворені з порушенням продуктивних дериваційних патернів; 2) ОЛО, утворені з порушенням законів системної продуктивності словотвірних моделей; 3) ОЛО, утворені шляхом оновлення дериваційної форми існуючої одиниці; 4) ОЛО, утворені за зразком реального слова; 5) ОЛО, утворені за непродуктивними дериваційними моделями; 6) ОЛО, утворені з використанням унікальних елементів; 7) ОЛО, утворені за непередбаченими системою способами.

О. Земська [40] пропонує власну класифікацію ОЛО: одиниці, що порушують закони системних словотвірних типів; одиниці, що утворилися за непродуктивними типами; ОЛО, утворені за конкретним зразком непохідної лексеми [40, с. 240].

За етимологічними параметрами більшість зарубіжних лінгвістів [129; 144; 151; 152; 167; 168] диференціюють ОЛО як «авторські okazіоналізми» [129] та *hapax legomena* (розмовні або мовленнєві okazіоналізми) (*conversational nonce-words* [144]).

Д. Крістал [151; 152] також виділяє «академічні» okazіоналізми (*bonce-words* від сленгового “bonce” – “head” [150, с. 223]) та «лексичні ізоляти» [151, с. 223]. Академічні okazіоналізми передбачають ретельне планування та наявність авторського задуму навіть за відсутності автора, проте вживаються у наукових текстах, не обмежені одноразовим уживанням і часто закріплюються в узусі. «Лексичні ізоляти» (Ч. Філмор [160] називає їх «одиницями з унікальними семантичними та синтаксичними властивостями, ізольованими від інших складових лексикону» [160, с. 108]) превалюють у журналістських текстах та є складними

іменниками чи прикметниками, створені за продуктивними моделями шляхом винахідливої маніпуляції мовним матеріалом [151, с. 221]. Принагідно згадаємо Ю. Зацного, який називає okazіоналізми «інтелектуально-мовною грою», у своїй більшості розрахованою на інтелектуальну еліту суспільства» [39, с. 189]. «Розмовні» ж okazіоналізми, або *hapax legomena* (грецький термін, що означає ‘сказаний одноразово’ [129, с. 114; 151, с. 222]), створюються не за авторським задумом, а під час комунікативного акту внаслідок обмовки чи жарту, не передбачають повторного вжитку та, як правило, не лексикалізуються.

Вітчизняні науковці також розмежовують «розмовні» okazіоналізми та «індивідуально-авторські» неологізми [79, с. 12], чи «художні» okazіоналізми, які, у свою чергу, можуть розгалужуватися на «конструктиви» (виникають виключно лінгвальним шляхом, представляючи «пропущені ланки в словотворенні») та «денотати» (пов’язані з вигаданими автором реаліями) [124, с. 1929]. Крім того, Н. Яцук зазначає, що okazіональне словотворення можна аналізувати в дериваційному та лінгвоестетичному (як складову ідіостилю автора) аспектах [124, с. 1926]. Зауважимо, що у випадку мовленнєвих okazіоналізмів такий аспект аналізу є недоцільним, тому ми погоджуємося з даною диференціацією. У цьому контексті згадаємо В. Дресслера, який виділяє три категорії «поетичних okazіоналізмів»: «метаморфологічні» (каламбур, гра слів, авторські утворення); «доморфологічні» (дитяче мовлення до розвитку навичок граматично правильного спілкування); «параморфологічні» (редуплікація, конверсія, ономастичні одиниці) [155, с. 2].

А. Флоря [107, с. 6–8] пропонує класифікацію ОЛО на основі авторського словотворення та поширеної трихотомії неологізм – потенціалізм – okazіоналізм:

1) власне потенціалізми (утворюються за словотвірними моделями, легко відтворювані, не фіксовані у словниках);

2) потенційні слова, що мають номінальних авторів (не вживаються автором, але асоціюються з його твором);

3) авторські неологізми («відповідають реаліям певної епохи», створюються письменниками за продуктивними моделями);

4) авторські новотвори (вигадані авторами для конкретного контексту, здебільшого є оригінальними синонімами уже існуючих слів);

5) системні okazіоналізми (результат каламбурного та зворотнього словотвору);

б) власне okazіоналізми (малопередбачувані, експресивні, їх денотати знаходяться поза часовими рамками);

7) «зарозумні» лексеми та квазі-лексеми (слова, що «володіють мовним буттям без жодних реальних денотатів»).

Наразі науковий доробок щодо способів okazіонального словотворення активно доповнюється. Традиційно розмежовують морфологічні та неморфологічні способи. Проте останнім часом значна увага приділяється комбінованим, або «суто okazіональним способам», а саме: вивільненню афіксів, використанню афіксів як базових основ, каламбуру, паронімічній грі, креації, аугментації, елімінуванню, анаграматичним способам (ретроскрипція, метатеза, тмезис), графіксації, субституції, okazіональна метонімізація [81, с. 47]. Як зауважує О. Ребрій [91], англійській мові притаманні іменний характер і тенденція до номінального okazіонального словотворення з метою концептуалізації ознак певного об'єкта [91, с. 4].

О. Селіванова [94, с. 415] виділяє такі основні способи творення ОЛО, як: креація, деривація, запозичення, калькування, актуалізація архаїзмів і термінів інших мовних підсистем. О. Гармаш [22, с. 8] розрізняє морфологічні способи творення okazіоналізмів (афіксація / деафіксація, елементоскладання); лексичні (телескопія, осново-/словоскладання); «графічне формотворення» – абрєвіація, акронімія. С. Єнікєєва [32, с. 13] у рамках синергетичного підходу найдієвішим механізмом творення okazіоналізмів називає «функціональну трансорієнтацію», що ґрунтується на модифікації формальних ознак при збереженні плану вираження. Дослідниця виділяє: верботрансформацію, конверсію (функціональну транспозицію), семантичну деривацію, афіксалізацію вільних лексем, інтеграцію словосполучень, вторинну номінацію – способи словотворення, характерні для аналітичних мов.

Ж. Колоїз [54], систематизує усі способи okazіональної деривації, протиставляючи узуальні та неuzuальні способи, які розмежовуються на чисті («прости»: префіксація, суфіксація, власне основоскладання) й змішані («комбіновані /неелементарні»: змішано-афіксальні, словоскладання, що супроводжується афіксацією), а також прямі й зворотні (Додаток А, *рис. А.2*). Неuzuальні способи словотворення, виокремлені В. Ізотовим [41], і розташовані «на периферії мовної системи», доповнювалися і уточнювалися Ж. Колоїз: контамінація, субституція, редеривація, емансипація морфем / фонем, гендіадіс, римоване словоскладання (редуплікація), голофразис (злиття речень), черезступеневе продукування [54, с. 10–76]. У фокусі новітніх лінгвістичних пошуків [167; 168; 182] поширеною є деривація за аналогією [63], («конкретним зразком» [40; 105], «прийом-предсказамус» [42], заміна деривація або субституція [80]).

Отже, способи okazіонального словотворення розглядають у межах опозицій форма-зміст, відповідність-невідповідність нормам словотворення та за етимологічними параметрами традиційно розмежовують на морфологічні та неморфологічні, проте наразі значна увага приділяється комбінованим або виключно okazіональним способам словотворення.

1.2 Okazіональне словотворення у ракурсі новітніх лінгвістичних парадигм

1.2.1 Лінгвокогнітивна природа способів okazіонального словотворення.

Під кутом когнітивної семантики [10; 13; 63; 81; 82; 83; 87; 177; 204] okazіональне словотворення вимагає новіших підходів до вивчення, позаяк співвідношення твірної основи та похідної одиниці не завжди розкриває значення останньої. «Продукування okazіональної одиниці є не таким уже й простим, бо являє собою не миттєве якісне перетворення, а результат аналітично-синтетичних операцій, що відбуваються у свідомості суб'єкта комунікації, воля і розум якого дають поштовх відповідному дериваційному механізмові» [54, с. 75]. Так, розглядаючи будь-яку лінгвістичну одиницю крізь призму психолінгвістики, її значення можна

організувати у надскладну «прототипну категорію» [194, с. 219], що складається з усіх можливих змістів даної одиниці, взаємопов'язаних за допомогою аналогії, метафоричних і метонімічних проєкцій. Значення слова містить «не лише референтне значення, а й розгорнуту інформацію щодо можливого вживання, гіпотетичні контексти, енциклопедичні знання мовця з урахуванням середовища проживання та інших релевантних категорій» [194, с. 218]. Зазначимо, що ОЛО є когнітивним явищем, оскільки творення okazionalizmів передбачає «інтенційність мовленнєво-мисленнєвої діяльності» [2, с. 18], відтак їх аналіз у межах когнітивного підходу дозволяє виявити індивідуально-авторське осмислення дійсності [82, с. 179].

У сучасній лінгвістиці побутує думка, що використання ОЛО у різних видах дискурсу зумовлене прагматичними мотивами і залежить безпосередньо від контексту, проте комуніканти повинні розділяти когнітивну базу, яка мала б співпадати [56, с. 25]. Тому, на відміну від традиційного словотвору з фокусом на дослідженні системної структури дериватів, предметом когнітивного словотвору є творення ОЛО як наслідок пізнавально-мисленнєвих процесів у свідомості людини. З цих позицій наразі пропонуються такі терміни, як: «квант знання» [63] та «лексичний квантор» [13], що виступають засобом категоризації дійсності та «систематизації нових знань» [63, с. 16].

Новітні лінгвістичні пошуки надають змогу визначити основні риси когнітивної природи ОЛО: 1) позначення «фрагменту інформації», акумулюючи, зберігаючи та систематизуючи сприйняті автором знання; 2) апелювання до попереднього досвіду, що формує онтологічну й аксіологічну картини світу автора; 3) фіксація результату когнітивного процесу та встановлення незвичних асоціативних зв'язків; 4) концептуальна інтеграція ментальних «ввідних просторів», у результаті якої виникає «простір-бленд» або «ментальний конструктор»; 5) наявність комунікативно-прагматичної інтенції, що склалася у результаті «квінтесенції вражень»; 6) знижений рівень вмотивованості та іконічності [82, с. 179–180].

М. Четіна [113] оперує терміном «смыслопорождения okazionalnoy leksiki», що відбувається за участю: вихідного простору 1 (реципієнт – мовна одиниця), ввідного простору 2 (донор: лексема-донор – складні слова, афікс – деривати,

граматичний концепт – компресиви, конверсиви), смислопороджуючого оператора (синтаксичні сполуки у синтагмі) [114, с. 156]. Такий підхід бере витoki з теорії інтеграції ментальних просторів М. Тернера та Ж. Фоконьє [158; 159].

О. Селіванова [94] інтерпретує когнітивну сутність okazіонального словотворення шляхом аналізу з подальшим моделюванням знань людини, що беруть участь у процесі підбору номінативної структури потенційного похідного, що уможливорює пояснення єдності мислення, мови та реальності [94, с. 670].

У рамках когнітивного підходу В. Бялик доповнює теорію двоплановості мовного знаку планом вживання та виділяє агреговані, конденсовані та модифіковані способи okazіонального словотворення [13, с. 11]. Агреговані (афіксація та осново-/словоскладання) передбачають «прирощення змістів». Конденсованим способам (скорочення та телескопія) притаманне «згортання словотвірної структури з метою концентрації смислів». Модифіковані (конверсія, зворотний словотвір, семантична деривація, запозичення), базуються на «модифікації плану змісту» [13, с. 15–16].

Одним із найчастотніших способів okazіонального словотворення виступає афіксація, або «прирощення кванта нового знання (тематична конотація) до існуючої лексеми» [13, с. 14]. Словоскладання як адитивний спосіб агрегованого словотворення передбачає зрощення часто непоєднаних твірних компонентів у нову номінативну одиницю. «Саме на основі такої стилістичної невідповідності між компонентами складного слова формуються семантика і конотація нових експресивних конструкцій з оцінним значенням» [15, с. 24]. В англійській мові значення, зазвичай, передає саме останній елемент – «гіперонім», або суперординатний носій значення складної одиниці [132, с. 485]. Дискусійними є статус композитів і розмежування лексичних й синтаксичних складнопохідних, чому присвячені наукові розвідки Л. Бауера [134], Дж. Мунат [189] та С. Олсен [191].

В основі когнітивної природи конденсованих способів словотворення лежить ЛМ компресії [81; 82]. Скорочення не утворюють лексеми з новим лексичним значенням, а радше з новою стилістичною конотацією [132, с. 498] та є результатом

концептуальної інтеграції компресованих просторів на рівні мислення [58, с. 64]. Компресивне словотворення зазнало всебічного висвітлення у працях вітчизняних (В. Бялик [13], Ю. Зацний [39], О. Селіванова [94; 95], Н. Янко-Трініцька [122] та ін.) і зарубіжних ([132], [152], [156] та ін.) дослідників.

Проблемами універбації («голофразису», за Н. Горбуною [24], «синтаксичного словоскладання», за А. Левицьким [68; 69]) як «прогресивної боротьби між звичкою до економії і зручності та несвідомим бажанням узагальнення й абстракції» [57, с. 26] займалися О. Сопіра, С. Шадико, А. Мартіне.

Телескопія (М. Шанський [116], І. Арнольд [6], А. Жукова [34] та ін.) як словотвірний засіб «оформлення» мовного знання та позначуваний численними термінами («контамінація», «слова-злитки», «слова-амальгами», «вставки», «бленди», «гібридні назви»), яким в англійській мові відповідають терміни “blending”, “portmanteau words”, репрезентує «семантичну абсорбцію» [39, с. 35], чи концентрацію максимальних смислових характеристик мінімальним способом. «Осколкове / субморфне» словотворення [85] як особливий вид конденсованого okazіонального словотворення передбачає психологічне конструювання, засноване на асоціативному зближенні понять із прагматичною установкою впливу на інтелектуальну й емоційну сфери адресата. В основі блендів лежать прості логічні операції: зв'язування, роз'єднання, диз'юнкції та порівняння [110, с. 194]. Специфіку та системні класифікації феномену компресивного словотворення досліджували І. Андрусак [4; 5], Н. Горбунова [24]. Аксиологічний аспект телескопних утворень аналізували: Л. Омельченко, О. Жихарєва [85]. Когнітивна природа блендів була у фокусі лінгвістичних розвідок К. Никитченко [81; 82]. Н. Коробкіна [58; 59] висвітлювала комунікативні сфери виникнення компресивних okazіоналізмів.

Модифіковане знання передбачає інформаційну видозміну та трансформацію змістового плану шляхом конверсії, зворотного словотвору, семантичної деривації та запозичень [13, с. 15]. На думку дослідників, когнітивна природа модифікованих

способів okazіонального словотворення базується на ЛМ розширення, нарощування, поєднання, перегляду значення [82] та функціональної трансорієнтації [33].

Семантична деривація, заснована на верботрансформації [32], є одним із найпродуктивніших способів утворення «функціонально-модифікованих мовних інновацій» [32, с. 142]. Кожній лексемі властивий референтний потенціал, однак ОЛО часто мають референта, що існує лише у конкретному тексті, тобто переосмислений семантичний варіант проектується на існуючу форму. Переосмислення базується на метафоричному та метонімічному перенесеннях, заснованих на виборі когнітивної основи, зумовленому категоризацією на когнітивному рівні, «при якому відбувається модифікація концептів під дією мотивувальної та мотивованої категорії» [1, с. 4].

Різноманітні аспекти семантичної деривації всебічно досліджувалися А. Левицьким [68; 69], Н. Тропіною, В. Черніковою, семантичний словотвір розглядався з позицій синхронії та діахронії [36], мотивації серед суміжних понять [98], під синергетичним кутом [32; 33; 112]. Надзвичайно важливими стали дослідження Ж. Фоконьє у царині функціонування концептуальних сіток («Mappings in Thought and Language») [159]), де автор відходить від двопланової моделі концептуальної метафори Дж. Лакоффа та М. Джонсона, пропонуючи чотирирівневу модель конструювання значення okazіональних метафор (*цит. за:* [50, с. 100]). Okazіональна метонімізація стала об'єктом детального вивчення Д. Герертса, що пропонує визначати її за допомогою «когнітивного мапування у межах єдиного домену» [161, с. 13], та В. Крофта, який називав okazіональну метонімію «елементом концептуальної єдності одного семантичного домену» [150, с. 269].

Конверсійні okazіональні утворення, значення яких складно передбачити за межами звичного прагматичного контексту, зазнали детального висвітлення у працях Л. Бауера [132; 133; 134], П. Штекауера [205; 206; 207], Б. Симанека [211], М. Ароноффа [129], Й. Дона [154], М. Мартси [186]. За їх спостереженнями найпопулярнішими конверсивами в англійській мові є «безсуфіксальні деномінальні

дієслова» [211, с. 433]. Дж. Ойто відзначає як найпродуктивніші такі конверсійні моделі творення ОЛО, як: V from N, V from Adj, V from Compound N [131].

Зворотній словотвір вважається менш продуктивним способом okazіонального словотворення, а деякі лінгвісти взагалі відносять його до різновидів словоскладання, «творення дієслів у результаті складання іменників» [173, с. 419]. Цей модифікований тип когнітивного словотвору був об'єктом аналізу Р. Шимамури [203], А. Нагано [190], В. Адамс [125], Б. Симанека [211].

Отже, творення ОЛО базується на когнітивних процесах, основою яких є прирощення, концентрація чи трансформація смислів існуючого знання. У лінгвокогнітивних дослідженнях okazіонального словотворення найпоширенішими способами словотвору вважають такі, які передбачають незвичне семантичне наповнення традиційних словотвірних моделей, а саме: словоскладання аддитивного типу, синтаксичний словотвір, афіксацію, семантичну деривацію, конденсоване словотворення, а також деякі виключно okazіональні способи словотворення – дезабревіацію, аналогію, звуконаслідування.

1.2.2 Комунікативно-когнітивна парадигма дослідження okazіонального словотворення. Новітні дослідження англійського okazіонального словотворення дали поштовх формуванню нових тенденцій і парадигм вивчення. Якщо фундаментальні здобутки корифеїв вітчизняної та зарубіжних шкіл okazіоналістики здебільшого концентрували увагу на аналізі структурно-семантичного аспекту okazіональної деривації, то на сучасному етапі науковці фокусуються на комунікативному вимірі індивідуально-авторського словотворення, здійснюючи спробу пояснити, яку роль okazіоналізм відіграє у конкретному контексті та під впливом яких соціальних чинників (Харківська школа, що асоціюється зі становленням прагмалінгвістики: І. Шевченко [119; 120; 121] І. Морозова [120]). Як наслідок, на сучасному етапі помітним є дослідження okazіональної деривації шляхом інтегрування когнітивних процесів вербалізації концептів із вивченням КС і

КТ реалізації комунікативного потенціалу різних видів дискурсу з метою «актуалізації інтенційних, соціальних та інших, виключно комунікативних, смислів» [108, с. 5]. Такий підхід надає змогу синтезувати методики обох вищезгаданих парадигм, а саме: когнітивне мапування, аналіз прототипів, вивчення мовленнєвого акту й аналізу дискурсу, операції фокусування і проміантності, теорії концептуальної інтеграції та іконізму [76, с. 7].

Становлення комунікативно-когнітивного методу дослідження асоціюють із проникненням категорій когнітивістики у сферу лінгвістичної прагматики та переорієнтації структурно-семантичного аналізу на вивчення мовних явищ «у дії»: їх функціонування у тексті, дискурсі [121]. Крім того, людський фактор з його діяльними складовими стає ключовим у лінгвістичних пошуках кінця ХХ–початку ХХІ століття, зміщуючи фокус із лексико-семантичного та структурного аспектів вивчення оказіонального словотворення на функціонально-комунікативний із першочерговим урахуванням особистісних, соціальних і соціокультурних аспектів мовленнєвого процесу.

Комунікативна лінгвістика вивчає особливості оперування мовленнєвими актами, стратегіями дискурсу через ментальні процеси комунікантів, які осмислюють дійсність, адже використання кодових систем мови визначається контекстом дискурсу. Поза контекстом одиниця здатна реалізовувати виключно фіксоване у словнику лексико-семантичне значення, а контекст визначає «прагматичний фокус та сценарії розгортання мовленнєвих актів, потенційний набір мовленнєвих ситуацій, де реалізовується певний концепт» [119, с. 202], актуалізуючи відповідну КС. Поняття КС у лінгвістиці є неоднозначним. Традиційно «КС» означає здійснення супрамовних завдань із прагматичною метою, тобто «організацію мовної поведінки комунікантів відповідно до комунікативних інтенцій мовця [12, с. 85]. Така мовна поведінка заснована на «ланцюзі рішень мовця, що послуговується набором комунікативних дій, цілей та мовних засобів» [75, с. 137].

На теренах пострадянського мовознавства основоположником вивчення КС як балансу запланованого та реалізованого взаємовпливу комунікантів є О. Іссерс [43], яка послуговується терміном «КС» на позначення «когнітивного плану спілкування, за допомогою якого контролюється оптимальне вирішення комунікативних завдань мовця в умовах нестачі інформації про дії партнера» [43, с. 100]. КС засновані на глибинних мотивах адресанта, що впливає на адресата, тому метою відповідної КС є реалізація інтенції мовця зі здійсненням контрольованого ним впливу [43, с. 54–57].

КС визначають як співвідношення прогнозування та контролю над комунікативною ситуацією, а способами досягнення поставлених цілей є КТ, тобто «мовленнєві уміння для побудови діалогу в рамках тієї або іншої стратегії» [12, с. 25], які реалізують загальну схему комунікативної ситуації (КС) на кожному етапі спілкування. КТ, у свою чергу, втілюються комплексом вербально-невербальних дій, що носять статус КП. У широкому сенсі під «КП» у межах відповідних КТ розуміємо «метод подолання мовленнєвих бар'єрів, спрямований на попередження та уникнення комунікативних невдач» [70, с. 33]. Більш вузьке трактування терміна «КП» означає: «найелементарніша одиниця спілкування, яка має свій комунікативний зміст (сміслові наповнення + комунікативний намір) та комунікативну форму (лексико-граматичне оформлення дії)» [70, с. 258].

Теоретичні розробки І. Шевченко [119; 120; 121], О. Селіванової [94; 95], Н. Алефіренко [2; 3], О. Ребрія [91; 92], Р. Картера [144], Р. Джонса [172], Л. Ліпки [184] заклали основи розгляду комунікативної площини оказіональних новотворів.

У межах комунікативно-когнітивної парадигми оказіональна деривація розглядається як акт лінійної комунікації з наявними адресатом (письменник / мовець), комунікативною інтенцією (метою / завданням) та адресантом (читач / слухач), адже комунікативна діяльність є сукупністю процесу й результату, що базуються на екстралінгвальній та лінгвальній (текст, пресупозиція, прагматичний, соціальний та когнітивний контексти) складових, які й зумовлюють вибір мовних засобів [120, с. 38]. О. Ребрій зауважив, що виникнення ОЛО відбувається у два етапи:

довербальний та вербальний. Перший – площина семантики та прагматики (формування змістового задуму), другий же зумовлюється конкретними комунікативними потребами, проте обидві площини взаємозумовлені [91, с. 7].

Крім того, творення ОЛО значною мірою залежить від виду текстів, тому що послуговується значною кількістю аналогій, алюзій, пародій, каламбуру та гри слів [184, с. 5]. Р. Картер [144] зазначає, що для повного розуміння креативної мовної гри, необхідне достатнє знання культури мовця чи письменника [144, с. 21–24]. Тому осмислення комунікативно-когнітивної природи ОЛО неможливе без всебічного аналізу різножанрових текстів і різноманітних типів мовного реєстру.

Отже, когнітивно-комунікативна парадигма дослідження оказіональної деривації зосереджується на механізмах креативної мовленнєво-мисленнєвої діяльності комунікантів у єдності з когнітивною сутністю їх свідомості крізь призму соціокультурного контексту й дискурсивних обставин [2, с. 23] та виявлення прагматичної значущості ОЛО у конкретному контексті. Н. Алефіренко, вважає недоцільним дослідження мови «для себе і в собі», позаяк діяльнісне тлумачення мови підкреслює сутність комунікативно-когнітивної парадигми: антропоцентрична спрямованість, діяльнісна природа та динамізм [2, с. 17]. Когнітивні процеси в основі інтерпретації імпліцитних смислів ОЛО пов'язані з діяльнісним аспектом, а саме: «неканонічною мовленнєвою взаємодією суб'єктів спілкування» [90, с. 3] під час комунікативного акту, що зумовлює динамічну єдність когнітивної та комунікативної парадигм дослідження функціонування ОЛО у дискурсі.

1.3 Сучасний англомовний кінодискурс як царина породження оказіонального словотворення

1.3.1 Тлумачення дискурсу у сучасному мовознавстві. Дискурс є поняттям інтердисциплінарним, що зумовлює інтерпретаційний різнобій не лише в лінгвістиці, а й у суміжних наукових галузях. У період сьогодення багатоаспектність

трактування дискурсу віддзеркалює практично діаметральні точки зору. Сягаючи корінням діалогів римських учених, дискурс як лінгвістичний термін пройшов певні етапи розвитку: дискурс у контексті соціокультурної ситуації (дистрибутивний аналіз речень, текстів З. Харріс; дискурс як феномен на перетині мови і мовлення у французькій лінгвістиці; дискурс як текст та еквівалентний йому функціональний стиль (70-ті рр.); дискурс як текстова категорія у світлі теорії мовленнєвих актів, макросинтаксису Т. ван Дейка та лінгвістики тексту В. Дресслера; дискурс як прагматизована форма тексту за теорією дискурсу Е. Бенвеніста, що розмежовує план дискурсу (мовлення) та план оповідання; дискурс як аргументована форма комунікації у комунікативній лінгвістиці за Ю. Габермасом (*цит. за:* [61, с. 121–122]). М. Стаббс аналізує дискурс із різних позицій: у формальному аспекті, у плані змісту, з точки зору структурної організації [209]. Амбівалентність інтерпретації дискурсу включає його трактування як тексту, системи та процесу, так і комунікативної події [61, с. 124].

У сучасних наукових розвідках проблемами дискурсології займалися такі видатні вітчизняні та зарубіжні дослідники, як: Ф. Бацевич [11] (типологія дискурсу, дискурс як процес), К. Серажим [96] (дискурс як соціолінгвальний феномен, політичний дискурс), О. Селіванова [94; 95], В. Карасик [44; 45], І. Кубрякова [63], Н. Арутюнова [7], М. Полюжин [87], Р. Джонс [172], Т. ван Дейк [153], автор терміну «дискурс» З. Харріс [164]. Грунтовні дослідження Т. ван Дейка [153] дозволили виділити ряд сутностей дискурсу, детермінованих сферою вживання: 1) дискурс як соціальна взаємодія (соціологічний підхід) 2) дискурс як влада та домінування (соціополітичний підхід); 3) дискурс як спосіб передачі думок (когнітивна лінгвістика); 4) дискурс як контекстуально обумовлений феномен (прагматика, стилістика, соціолінгвістика); 5) дискурс як соціальний семіозис (семіотика) [153, с. 3–4].

У сучасних лінгвістичних дослідженнях мова розглядається як синергетичний комплекс лінгвальних елементів у сукупності з досвідом, фоновими знаннями, інтелектуальними здібностями, соціальним статусом, очікуваннями та

припущеннями мовців, усталеними у конкретному суспільстві моделями інтеракційної поведінки. Оскільки дискурс охоплює усі вищезгадані складові, то дослідники у широкому сенсі трактують його як «мова + контекст» [218].

У контексті комунікативного виміру (К. Серажим [96]) під дискурсом розуміють складний соціолінгвістичний феномен, детермінований конструюючими та фоновими факторами, для якого характерні лінгвальна та екстралінгвальна складові та спільність світу репродуцента й реципієнта, «життя тексту в нашій свідомості, накладання інформації з тексту на ментально-чуттєве інформаційне поле індивідуального «Я» [96, с. 13]. Подібно, дискурс визначають [146] як комунікативну подію, засновану на сукупності вірувань, ідеологій, ідентичності, політики та суспільних факторів, у рамках якої адресант передає повідомлення адресату, завдання якого полягає в інтерпретації

У рамках комунікативно-когнітивної парадигми дискурс трактують як інтегрований процес-результат розумово-комунікативної діяльності, єдність лінгвального й екстралінгвального компонентів (І. Шевченко, О. Морозова [120], І. Лавріненко [66; 67]), що реалізується системою змістових, прагматичних та метадискурсивних категорій (*цит. за:* [67, с. 8]). І. Шевченко протиставляє текст як онтологічну сутність дискурсу, результат функціонування висловлювань, та власне дискурс як корелят суспільної практики [121, с. 10]. К. Кусько стверджувала, що «взаємодія когнітивно-дискурсивних складових дискурсу експлікує мовно-дискурсивні стратегії, прагматику, трансферні процеси в інші комунікативні сфери» [65, с. 4].

В. І. Карасик розглядає взаємопов'язаність особистості, концептів та дискурсу, пропонуючи чотирирівневу класифікацію дискурсивних категорій: 1) конститутивні, 2) жанрово-стилістичні, 3) змістовні, 4) формально-структурні [45, с. 241]. Проблема дискурсивних категорій займалася і І. Шевченко, яка виділяє когнітивні, комунікативні, метадискурсивні та гіперкатегорію інтердискурсивності [121, с. 10].

Отже, плюралізм думок щодо природи дискурсу не дозволяє надати точної дефініції цього явища, проте зміщення акценту на комунікативний аспект надає змогу трактувати дискурс як нерозривний комплекс фонових знань, соціокультурної

інформації, політики, ідеології, релігії та когнітивного багажу з відповідними експлікаціями, в центрі якого знаходиться комунікативна подія.

1.3.2 Кінодискурс: характерні риси. Полікодова сутність поняття кіндискурсу зумовлює модифікації у його трактуванні. За дефініцією В. Чернявської, полікодовість представляє семіотичну єдність комунікативного процесу та комплекс вербальних, візуальних, аудіальних та ін. компонентів [113]. У такому світлі кінодискурс як феномен на перетині численних дисциплін знаходиться у центрі наукових пошуків лінгвістики, літературознавства, соціолінгвістики, лінгвістичної та філософської антропології, філософії семіотики та кіносеміотики, критичного дискурс-аналізу, теорії кінематографу. Розмаїття аспектів дослідження кінодискурсу як «мультимодального семіотичного явища» [128, с. 139] включає аналіз із точки зору діалектології [162] та соціолінгвістики [187], драматичності телевізійних діалогів [200], мовно-ідеологічних співвідношень та гендерних проблем [141; 198].

Г. Слишкін [31] пропонує термін «медіатекст», розглядаючи кінодискурс із позицій прагмалінгвістики. М. Єфремова та М. Ворошилова використовують поняття «креолізований текст» [16; 31]. За дефініцією І. Лавріненко, кінодискурс є поліковою когнітивно-комунікативною єдністю семіотичних одиниць, що характеризується зв'язністю, цілісністю, завершеністю й адресатністю згідно з задумом колективного автора [67, с. 6]. І. Коваленко трактує кінодискурс як трирівневу синкретичну систему, «креолізовану» єдність, що репрезентує власне текст, семіотичний простір та результат інтерсеміотичного перекладу [49, с. 50] (термін, введений Р. Якобсоном на позначення способу передачі лінгвістичного знаку шляхом застосування інших, нелінгвістичних систем [170]).

Західні лінгвісти надають перевагу терміну «мультимодальний дискурс» (“multimodal discourse” [172]). Також застосовуються такі терміни, як: “film-as-text” [128], рідше, “cinematic discourse”, “telecinematic discourse” [171], “film discourse”, “filmic discourse” (цум. за: [199]), “film dialogue” [169; 175; 176].

Когнітивну природу кінодискурсу розглядають у спектрі синергетичної парадигми на основі дихотомії «ціле – цілісність» (Р. Якобсон [170], Л. Кіященко

[47], Є. Колодіна [51; 52]), згідно з якою реципієнт конструює й інтерпретує змісти через процес пізнання з урахуванням власного «когнітивного багажу» [47, с. 109].

У світлі взаємодії мови та суспільства кінодискурс експлікують через призму ідеологій, чому присвячені детальні розвідки Дж. Андросопулос [128], Ф. Россі [199], М. Беднарек [135; 136; 137], М. Дайнел [156; 157]. Під таким кутом зору кінодискурс вважається інструментом здійснення пропаганди й ідеологічного впливу.

Західні лінгвісти аналізують кінодискурс із позицій семіотики, продовжуючи Соссюрівську традицію діадичного (знак-символ, знак-ікона) лінгвістичного знаку та розширюючи постструктуралістські положення щодо «іконічної, міметичної природи пікторіальних знаків». Ч. Пірс на основі логічної концепції, у центрі якої є співвідношення знаку й об'єкта, пропонує тріадичну модель, доповнюючи соссюрівську «знаком-індексом» (*цит. за:* [198, с. 16]). П. Воллен стверджував, що у кінодискурсі роль знаків-ікон значно важливіша за роль індексальних знаків, а семіологи й лінгвісти перебільшують значення знаків-символів [217, с. 116].

З позицій семіотичної теорії кінодискурс репрезентує синтез різнотипових мовних і немовних знаків, де знаки-індекси включають інтонацію, вигуки, шифтери, природні та технічні шуми, закадрову музику, відеоряд; знаки-ікони – звуконаслідування, жести, міміку акторів; знаки-символи представляють мовний компонент – титри, написи у самому фільмі (письмові), мову акторів, закадровий текст (усні) [27, с. 103]. І. Коваленко переконана, що у наративній структурі кінофільмів відеоряд домінує над словесним компонентом, проте саме вербальне робить кінодискурс правдоподібним [49, с. 51]. Пропонентом такої точки зору виступила С. Козлофф, яка у праці “Overhearing Film Dialogue” (2000 р.) закликає до більшого концентрування уваги саме на кінодіалогах, адже фокус на візуальному та ігнорування вербального призводять до суперечностей у трактуванні кінодискурсу [175, с. 14]. Услід за С. Козлофф, Дж. Джекел опублікував антологію “Film Dialogue”, де аналізує, як жанр зумовлює використання вербальних елементів на основі власної чотириступеневої методики аналізу кінодіалогу [169, с. 7–11] (Додаток А, *рис. А.3*).

Ряд науковців пропонує використовувати кінодискурс для вивчення соціолектів, професійних жаргонів і нелітературної мови, однак опоненти цієї точки зору, зокрема Дж. Андросопулос [128], стверджують, що тактика максимально точної репрезентації місцевих діалектів, говірок – «помилкове відображення природнього мовлення» (“reflection fallacy”), «колективна авторсько-режисерська стратегія» (“producing team strategy”), «сурогат мовленнєвої діяльності» (“example of speech performance”) [128, с. 146], позаяк рівень стилізації у кінодискурсі як «конструювання характерів з умисним перебільшенням, рівнем стереотипізації та варіативності» [128, с. 151]) значно вищий, ніж у реальному спілкуванні [101].

Така точка зору відображає «рефлексивний підхід» до аналізу кінодискурсу, започаткований С. Голл [163]. Приміром, Ф. Россі [199] стверджує, що кінодискурс є «ненадійним засобом вивчення життєвих ситуацій, бо вони є ретельно прописаними з незначною імпровізацією» [199, с. 22], тому кінодіалоги є ближчими до літературних творів, ніж до мовлення. Проте М. Альварез-Перейре не погоджується з таким поглядом, адже, як водночас лінгвістичний артефакт, соціально-мистецьке явище і відображення реального мовлення, кінодіалог є окремим перспективним для подальших досліджень жанром [127, с. 48]. Ф. Россі [198] навіть пропонує схему диференціації розмовно-письмового рівнів кінотексту (Додаток А, *табл. А.2, А.3*).

Продовжуючи традицію вивчення кінодискурсу у світлі наратології та узагальнивши здобутки Д. Бордвела, Е. Гранігана і С. Четмена, М. Кун та Й. Шмідт (*цит. за:* [202]) виділили основні риси кінодискурсу, які відрізняють його від наративного тексту, а саме: наявність декількох наративних структур, поєднаних монтажем (за винятком документальних та експериментальних фільмів); візуально-аудіальний вимір наративної репрезентації; наявність мультимедіального оповідача чи радше «комбінованої аудіо-візуально-вербальної інстанції» [202, с. 384], що включає специфічні кінематографічні прийоми та технології, мізансцени (особливості розміщення акторів і декорацій перед камерою); «подвійна хронологія / подвійна темпоральна логіка» [202, с. 384] (зовнішній вимір –

тривалість самого фільму, внутрішній вимір – тривалість охоплених подій); наявність колективного автора; встановлення зрозумілої причинно-наслідкової логіки розвитку подій та суб'єктно-об'єктних відносин навіть за відсутності послідовного наративного континууму; жанрова та мовна стереотипізація; темпорально-просторовий континуум – відповідність акустичних і візуальних знаків відображенню конкретного простору; надзвичайно важлива роль знаків-індексів (звуків, шумів) у створенні ефекту присутності глядача; імпліцитна взаємодія між оповідачем і глядачем за допомогою вербальної складової: діалогів, внутрішніх монологів, закадрового голосу; амбівалентна точка зору або «множинна фокалізація» [202, с. 386], що включає постійні осциляції від оповідача до персонажів чи від героя до героя (досягається різними положеннями камери та закадровим голосом); відсутність домінування між вербальним і візуальним [202, с. 384–405].

А. Зарецька [38] відзначає і колективного адресата з характерною «соціокультурною неоднорідністю» (віковими, статевими, інтелектуальними відмінностями цільової аудиторії) [38, с. 152]. Характерною є й активна, а не пасивна роль реципієнта, що й зумовлює гетерогенність інтерпретації [38, с. 153]. Інші особливості кінодискурсу: принцип «глядацького підслуховування» [175; 176] або «ефект подвійного висловлювання» [25; 26], що залучає різні інформаційні канали передачі; маркований початок і кінець (титри на початку та в кінці); визначену тривалість фільму; чітко сконструйовану природу зображуваної реальності; подвійний передавач інформації (режисер і сценарист); відтворюваність (можливість кількаразового перегляду), що дозволяє глядачу керувати процесом перцепції.

Кінодискурс оперує на двох комунікативних рівнях: «інтерперсональному» (взаємодія між героями) та адресантно-реципієнтному (взаємодія між персонажами крізь призму задуму колективного адресанта, інтерпретована глядачем) [157, с. 23], що відображає традиційну модель комунікації: «адресант – повідомлення – адресат – реципієнт» [23, с. 14]. Подібно, Ф. Россі вживає терміни «дієгетичний / вигаданий»

рівень: (а) актор – актор, б) дублер – дублер та «екстрадієгетичний / реальний» рівень: автори – глядачі / «підслуховувачі» [199, с. 25].

Оскільки кінодискурс за своєю природою є мультимодальним явищем, важливо відмітити стратегічну роль невербального спілкування, що відіграє одну з ключових ролей у самопрезентації головних героїв кінофільму, особливо у випадках, коли невербальна комунікація позначає зміну комунікативних ролей. Невербальна комунікація у кінодискурсі є мультимодальною, а отже здійснюється на двох рівнях: 1) дієгетична (жестикуляція, міміка, зовнішність героїв (одяг, макіяж), тембр голосу та інтонаційні патерни; 2) екстрадієгетична [171] (загальна атмосфера та уявна реальність шляхом монтажу, кадрування, положення камери, освітлення).

Отже, кінодискурс трактується як самоорганізована багаторівнева система, відмінна від наративного тексту завдяки ряду дієгетичних та екстрадієгетичних особливостей, основною з яких є наявність ефекту «зовнішнього підслуховування», що передає суть дворівневої комунікації у кінодискурсі з наявними колективним автором / глядацьким загалом на зовнішньому рівні і персонажем-адресантом та персонажем-адресатом на внутрішньому рівні.

1.3.3 Типологія сучасного англомовного кінодискурсу. На засадах лінгвосеміотики типологія кінодискурсу детермінується домінуванням індексальних чи іконічних знаків (невербальний рівень) і стилем мовлення [66, с. 44]. Кінодискурс класифікують ([16; 31; 126; 166] та ін.) за такими критеріями, як: 1) зміст: художній (ігрове кіно) та документальний кінодискурс; значний науковий екскурс у теорію документального кінодискурсу здійснила Р. Адріан [126], за чією дефініцією документальний фільм – це «майстерно сконструйоване штучне відображення реальності» [126, с. 8]; 2) мета і характер комунікації: кооперативний (комуніканти орієнтовані на гармонійну взаємодію) та конфліктний кінодискурс (наявні реальні чи уявні суперечності між суб'єктами); 3) характер компоненту інформативності: інформативний і фатичний кінодискурс; 4) жанр і цільова аудиторія: театральний,

драматичний, комедійний, психологічний, детективний, історичний, молодіжний, анімаційний кінодискурс; жанрова релевантність зумовлює відповідні мовні патерни: «як жанр детермінується іконографічними системами, так мовні моделі визначаються жанровою приналежністю» [169, с. 11].

Згідно з комунікативною метою С. Гіл-Паркс [166] виділяє три компоненти власне кінодискурсу: формальний / офіційний кінодискурс (безпосередній сценарій, постери, трейлери, супровідні рекламні кампанії); критичний кінодискурс (рецензії кінокритиків, букмекерські прогнози); глядацький кінодискурс (відгуки глядачів [166, с. 15]). Усі три складові, які позначаються терміном «імпліцитний режисер», запропонованим у 1950-х групою французьких кінокритиків, здійснюють безпосередній вплив на особу глядача та формують глядацьку інтерпретацію.

У сучасній кіносеміотиці виділилася тенденція до розмежування суміжних понять на позначення кінодискурсу: кінотекст, кінодіалог і власне кінодискурс (Є. Колодіна [51; 52], С. Козлофф [175; 176], В. Горшкова [25; 26]). У межах семіотичної парадигми домінуючим вважається термін «кінотекст», заснований на єдності лінгвістичної (знаки-символи) та нелінгвістичної (знаки-ікони, знаки-індекси) систем [52, с. 329]. Поняття «кінодіалог» як вербальний компонент дискурсу фільму, завершеності якому надає аудіовізуальний ряд виокремила В. Горшкова [26, с. 77]. Услід за Ж. Делезом, автором терміну «образ-сенс» (*цит. за:* [51, с. 56]), конгруентного до кінодіалогу, В. Горшкова послуговується термінологічним рядом «образ-час», «образ-рух», що формують кінодіалог [25].

Однак, як правило, кінодіалог вважають сферою реалізації кінодискурсу, «сенсом у просторі кінодискурсу» [51, с. 56] а не синонімічним йому поняттям. Власне кінодискурс розглядають як «континуум кінотексту й кінодискурсу», де останній виступає у ролі «синергетично динамічного простору» [51, с. 54] реалізації складових. Отже, вважаємо доцільним стверджувати, що кінодискурс є абстрактним простором, на тлі якого розкриваються кінодіалог (часово-просторова єдність вербального й аудіовізуального образів) і кінотекст (єдність знакових систем).

Значної уваги західні лінгвісти приділяють саме телевізійному діалогу (М. Беднарк [135; 136; 137], П. Куальйо [196]) та телевізійному дискурсу (С. Голл [163], Т. ван Дейк [153], М. Тулан [213], Дж. Міттел [188]). Телевізійний діалог є практично недослідженим полем, позаяк це «важливий взірець сучасного мистецтва оповіді, що об'єднує різноманітні семіотичні коди: діалоги, акторську гру, кіномонтаж» [11, с. 21]. За словами Т. ван Дейка, «кінодискурс неможливо інтерпретувати без знання широкого соціального контексту, панівних ідеологій, суспільного досвіду й усталених поведінково-світоглядних моделей» [153, с. 318]. Така позиція репрезентує поширену соціо-когнітивну теорію ментальної репрезентації. На противагу, С. Голл [163] пропонує альтернативний підхід до декодування телевізійного дискурсу, основними постулатами якого є: домінантна позиція (глядач прямо і без змін сприймає закодовану інформацію, тобто діє «в межах домінантного коду»), договірна позиція (розкодовувач сприймає основний код на абстрактному рівні, проте відхиляє на особистому рівні: «розкодовування з винятками»), опозиційна позиція (повне несприйняття основного коду) [163]. Телевізійний дискурс трактують як «різновид кінодискурсу, креолізоване утворення, що характеризується комунікативно-прагматичною адресованістю, квазі-спонтанністю, відтворюваністю, комерціалізованістю, фрагментарністю, заснований на дещо узагальненій та спрощеній картині світу» [37, с. 88].

Отже, кінодискурс є багаторівневою мультимодальною єдністю вербального компоненту (кінотексту) та аудіального (кінодіалогу), що заснована на комплексі світоглядних, соціокультурних і біхевіоральних патернів і характеризується розширеною типологією та цільовою спрямованістю.

Висновки до першого розділу

1. Лінгвокреативність трактується як креативно-когнітивні можливості впливу адресанта, спроектовані на інтерпретаційну здатність адресата, що декодує творчо переформатований мовний матеріал. Лінгвокреативність, що лежить в основі

оказіонального словотворення, дозволяє інтегрувати існуючі соціальні контексти у конкретних комунікативних контекстах та когнітивно-асоціативні паралелі з метою створення непокєднєваних на перший погляд понять. У такому світлі кінодискурс виступає неосяжним полем маніфестації лінгвокреативності як нескінченного процесу творення незвичних, часто чудернацьких мовних аномалій з метою здійснення маніпулятивного впливу на глядацьку аудиторію.

2. На сучасному етапі численні наукові доробки у галузі оказіоналістики характеризуються амбівалентністю поглядів та інтерпретацій оказіоналізму. Плюралізм думок щодо дефініції та природи оказіональної одиниці надав поштовх становленню двох основних підходів у вивченні оказіонального словотворення: структурної та інтегрованої, які, завдяки географічному розташуванню основних шкіл оказіоналістики, можна також назвати вітчизняною та західною. Проте взаємна дифузність лінгвістичних знань також зумовила виникнення синергетичного підходу, що інтегрує здобутки обох вищезазначених.

3. У контексті трьох підходів до вивчення оказіонального словотворення та відповідно до традиційних визначень оказіоналізмами можна вважати нестандартні новотвори, утворені з порушеннями словотвірної норми, які цілком залежать від індивідуальної лінгвокреативності і здебільшого передбачають майстерну ігрову маніпуляцію узуальними мовними ресурсами, надають аксіологічне значення та підсилену експресію явищам дійсності, мають скоріше не поняттєве, а сенсорно-емотивне наповнення.

4. З позицій когнітивної семантики оказіональні одиниці містять фрагменти або кванти інформації, розкриваючи таким чином індивідуально-авторське осмислення дійсності. Відтак можна стверджувати, що лінгвокогнітивна парадигма вийшла за рамки розгляду системності / несистемності внутрішньої організації оказіонального словотворення, змістивши акцент на нерозривність мислення, мови, мовлення й дійсності. Оказіональна одиниця розглядається, таким чином, як носій прототипної категорії, що об'єднує сітку існуючих і потенційно можливих

значенневих проєкцій одиниці з урахуванням широкого спектру енциклопедичних знань та соціокультурних контекстів.

5. Комунікативно-когнітивна парадигма, натомість, інтегрує вивчення когнітивних процесів вербалізації концептів із вивченням КС і КТ реалізації комунікативного потенціалу різних видів дискурсу. Під таким кутом зору okazіональна деривація трактується як акт лінійної комунікації з такими ключовими складовими, як: адресат (письменник / мовець), комунікативна інтенція (метапрагматичне завдання) та адресант (читач / слухач).

6. Okazіональна деривація у кінодискурсі характеризується інтенційністю КС, за допомогою яких адресант (колективний автор) здійснює вплив на адресата (масового глядача). На другому рівні кінодискурсу колективний автор опосередковано, за допомогою героїв, застосовує різноманітні стилістичні прийоми, компонентами яких є ОЛО, з метою здійснення впливу на глядача у відповідності до його соціального статусу, фонових знань, інтерпретаційних здатностей й очікувань.

Основні положення та висновки першого розділу відбито в одноосібних публікаціях дисертантки [18; 19; 20; 21; 62; 177].

Список використаних джерел у першому розділі

1. Александрук І.В. Семантична деривація як один зі способів творення неологізмів жанру фентезі (на матеріалі творів сучасних американських та британських авторів). Проблеми семантики слова, речення та тексту. 2012. Вип. 28. С. 3—10. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/pssrft_2012_28_3.pdf (дата звернення 22.04.2018).
2. Алефиренко Н.Ф. Когнитивно-прагматическая субпарадигма науки о языке. Когнитивно-прагматические векторы современного языкознания: Сб. науч. трудов. Москва: Флинта; Наука, 2011. С. 16—27.
3. Алефиренко М.Ф. Лінгвокреативні процеси формування фразеологічної семантики. Мовознавство. 1988. № 5. С. 35—41.

4. Андрусяк І.В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу : дис. ... канд. філолог. Наук : 10.02.04 / Ужгородський національний університет. Ужгород, 2003. 268 с.
5. Андрусяк І.В. Телескопія в сучасній англійській мові: соціолінгвістичний аспект. Мовні і концептуальні картини світу. Київ: Видавництво КНУ ім. Т.Г. Шевченка, 2013. № 43 (1). С.15—24.
6. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие. Москва: Флинта, 2012. 376 с.
7. Арутюнова Н.Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь. Гл. ред. В.Н. Ярцева. Москва: «Советская энциклопедия», 1990. С. 136—137.
8. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. Москва, 2007. С. 260—262.
9. Бабенко Н.Г. Окказиональное в художественном тексте. Структурно-семантический анализ: Учебное пособие. Калининград, 1997. 84 с.
10. Баталов О.Г. Когнитивно-функциональный аспект окказионального словообразования в художественном тексте : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук : 10.02.04. Нижний Новгород, 2004. 16 с.
11. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Академія, 2004. 342 с.
12. Борисова И.Н. Категория цели и аспекты текстового анализа. Жанры речи. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. С. 81—97.
13. Бялик В.Д. Лексичний квантор в англійській мові публіцистичного дискурсу : автореф дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. філолог. наук : 10.02.04. Київ, 2013. 32 с.
14. Виноградова В.Н. Стилистический аспект русского словообразования. Москва: Книжный дом «Либроком», 2011. 184 с.
15. Воропай С.В. Індивідуально-авторські інновації як засіб експресивізації медіатексту (словотвірні-комунікативний аспект). Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство. 2014. Т. 22. Вип. 20(2). С. 21—28.

16. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения. Политическая лингвистика. Главный редактор А.П. Чудинов. Урал. гос. пед.ун-т. Екатеринбург, 2007. Вып. (1)21. С. 75—80.
17. Габинская О.А. Типология причин словотворчества. Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1981. 152 с.
18. Гайданка Д.В. Дискурс кіно в ракурсі новітніх наукових парадигм: особливості та типологія. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2015. № 16. С. 99—101.
19. Гайданка Д.В. Лінгвокреативність та її роль в оказіональному словотворенні. Одеський лінгвістичний вісник. 2015. № 5. Т.1. С. 21—25.
20. Гайданка Д.В. Статус оказіональних утворень у системі англійської мови Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. Укл.: І.В. Ковальчук, Л.М. Коцюк, С.В. Новоселецька. Острог: Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2015. Вип.55. С. 51—53.
21. Гайданка Д.В. Функціонально-прагматичний аспект оказіонального словотворення. Сучасні дослідження з іноземної філології. 2015. Вип. 13. С. 29—35.
22. Гармаш О.Л. Системність словотвору англійської мови та інноваційні процеси : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2005. 22 с.
23. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация. Москва: ИНФРА-М, 2007. 272 с.
24. Горбунова Н. Языкотворчество Джеймса Джойса: словообразовательный аспект (на примере романа «Улисс»). URL: <http://www.dslib.net/germanskie-jazyki/jazykotvorchestvo-dzh-dzhojsa-slovoobrazovatelnyj-aspekt.html> (дата звернення 22.04.2018).

25. Горшкова В.Е. Перевод кинодиалога в концепции Жиля Делеза. Вестник МГУ. Серия 22: Теория перевода. 2010. № 1. С. 16—26.
26. Горшкова В.Е. Перевод в кино: Монография. Иркутск: ИГЛУ, 2006. 278 с.
27. Гридасова О.І. Кінодискурс як об'єкт навчання кіно перекладу. Вісник Житомирського державного університету. 2014. № 2 (74). С. 102—107.
28. Гугунава Д. В. Особенности словотворчества в современной литературной критике. URL: <http://www.rl-critic.ru/new/occas.pdf> (дата звернення: 10.01.2018).
29. Дюкар К.В. Інноваційні одиниці: okazіоналізми чи потенціалізми? Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія: Філологія. 2012. № 1014. Вип. 65. С. 10—15.
30. Егошина Т.Е. Окказионализмы vs Неологизмы: критерии перехода. Культура народов Причерноморья. 2007. № 107. С. 47—52.
31. Ефремова М.А., Слышкин Г.Г. Кинотекст (опыт лингвокультурного анализа). Москва: Водолей Publishers, 2004. 153 с.
32. Єнікєєва С.М. Синергетичні аспекти семантичної деривації (на матеріалі сучасної англійської мови). Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2007. № 32. С. 140—144.
33. Єнікєєва С.М. Синергетизм функціональної трансорієнтації лінгвальних одиниць (на матеріалі сучасної англійської мови). Вісник Сумського державного університету. Серія: Філологічні науки, 2006. № 11 (95). С. 43—51.
34. Жукова А.Н. Семантические и прагматические характеристики лексической контаминации в современном английском языке : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Самара, 2010. 20 с.
35. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка: Учеб. пособ. Москва: Высшая школа, 1989. 126 с.
36. Зализняк А. Семантическая деривация в синхронии и диахронии: проект «каталога семантических переходов». Вопросы языкознания. М., 2001. № 2. С. 13—25.

- 37.Зарецкая А.Н. Картина мира телесериала через призму когнитивной лингвистики. Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 24 (315). Вып. 82. С. 88—90.
- 38.Зарецкая А.Н. Особенности коммуникации адресата и адресанта кинодискурса. Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 33 (248). Вып. 60. С. 152—154.
- 39.Зацний Ю.А. Неологізми англійської мови 80–90-х років ХХ століття. Запоріжжя: РА «Тандем-У», 1997. 396 с.
- 40.Земская Е.А. Современный русский язык. Словообразование: Учебное пособие. Москва: Флинта; Наука, 2011. 3-е изд., испр. и доп. 328 с.
- 41.Изотов В.П. Параметры описания системы способов русского словообразования. Орел: Изд-во Орловского ун-та, 1998. 149 с.
- 42.Ильясова С.В. Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ : автореф. дисс. на соискание науч. степени доктора филолог. наук : 10.02.01. Ростов-на-Дону, 2002. 55 с.
- 43.Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 1999. 284 с.
- 44.Карасик В.И. Предисловие. Основы теории дискурса. Москва: ИТДГК «Гнозис», 2003. С. 5—8.
- 45.Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва: Гнозис, 2004. 390 с.
- 46.Карпіловська Є.А. Неузуальне словотворення: правила «гри без правил». Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія: Філологія. 2005. Т. 8. № 1. С. 106—117.
- 47.Киященко Л.П. В поисках исчезающей предметности (очерки о синергетике языка). Москва: ИФРАН, 2000. 199 с.

- 48.Кобякова І.К. Особливості реалізації мовотворчої функції в англійських текстах малого жанру : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 1996. 25 с.
- 49.Коваленко І.В. Интерсемиотический перевод в межкультурном аспекте: постановка проблемы. Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2011. № 2. Т. 2. С. 50—53.
- 50.Ковальчук Л.П. Теория концептуальной интеграции Ж.Фоконье и М.Тернера. Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2011. № 1(8). С. 97—101.
- 51.Колодина Е.А. Смысл кинодиалога в пространстве кинодискурса: синергетический поход. Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2013. № 2 (23). С. 51—56.
- 52.Колодина Е.А. Статус кинодиалога в ряду соположенных понятий: кинодиалог, кинотекст, кинодискурс. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 1—2. С. 327—333.
- 53.Колоїз Ж.В. До питання про диференціацію основних понять неології. Вісник Запорізького університету. Серія: Філологічні науки. 2002. № 3. С. 78—83.
- 54.Колоїз Ж.В. Неузуальне словотворення: монографія. Кривий Ріг: НПП Астерікс, 2015. 158 с.
- 55.Колоїз Ж.В. Оказіональна деривація: теоретичний та функціонально-прагматичний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : 10.02.01. Київ, 2007. 36 с.
- 56.Константинова А. Оказиональная трансформация англо-американских паремий в свете когнитивно-дискурсивного похода в лингвистике. Вестник Томского государственного университета. 2011. № 348. С. 24—28.
- 57.Копоть Л.В. Универбация как вид компрессивного словообразования в современном русском языке : дисс. ... канд. филолог. наук : 10.02.01. URL: <http://www.dissercat.com/content/univerbatsiya-kak-vid-kompressivnogo>

slovoobrazovaniya-v-sovremennom-russkom-yazyke#ixzz5EB8SRvZz (дата звернення: 10.04.2018)

58. Коробкина Н.И. Коммуникативные сферы-источники современных компрессивных окказионализмов. Современная филология: Матер. IV межд. науч. конф. г. Уфа, март 2015. Уфа, 2015. С. 64—67.
59. Коробкина Н.И. Новое контекстуальное понятие как результат концептуальной интеграции в экстралингвистическом и лингвистическом контекстах. Известия ВГПУ. Серия: Филологические науки. Волгоград, 2015. С. 79—85.
60. Корытова О.М. Когнитивное пространство словосращения (на материале русского и английского языков) : автореф. дисс. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.20. Тверь, 2008. 18 с.
61. Кость С. Семантико-теоретичний аналіз функціонування терміна дискурс. Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія: Проблеми української термінології. 2010. № 675. С. 121—124.
62. Кубічка Д.В. Структурні, семантичні та функціональні особливості сленгізмів та окказіоналізмів у кіносценаріях «Рейчел виходить заміж» та «Секс і місто». Сучасні дослідження з іноземної філології. 2014. Вип.12. С. 93—100.
63. Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике. Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: Сб. обзоров. Отв. ред. С.А. Ромашко и др. РАН ИНИОН Центр гуманитарных научно-информационных исследований. Москва, 2000. С. 7—25.
64. Курьянович А.В. Анализ прагматики окказиональных лексических единиц в эпистолярных текстах М.И Цветаевой в аспекте читательского восприятия. Вестник Томского государственного педагогического университета. 2007. Вып. 2. С. 103—108.

- 65.Кусько К.Я. Інтердискурс в концептах науково-освітньої глобалізації. Інформаційний вісник АН ВШ України. Львів, 2005. № 3. С. 22—30.
- 66.Лавриненко И.Н. Критерии классификации кинодискурса. Вісник ХНУ. Дискурсологія: Семантика і прагматика. 2012. № 1003. С. 41—44.
- 67.Лавріненко І.М. Стратегії і тактики зміни комунікативних ролей у сучасному англomовному кінодискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2011. 20 с.
- 68.Левицький А.Е. Функціональні зміни в системі номінативних одиниць сучасної англійської мови: автореф. дис. док-ра. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 1999. 37 с.
- 69.Левицький А.Е., Шелудько А.В. Функціонування композит української та англійської мов: зіставний аспект. *Studia Linguistica*. 2009. Вип. 3. С. 153—161.
- 70.Левченко Т.І. Мотивація суб'єкта в різних видах діяльності: Монографія. Вінниця: Нова книга, 448 с.
- 71.Лівицька І. Дискурс як елемент літературознавчої метамови. Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). У 5 ч. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. Вип. 89(5). 385 с.
- 72.Лопатин В.В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования. Москва: Наука, 1973. 152 с.
- 73.Лыков А.Г. Можно ли окказиональное слово назвать неологизмом? Русский язык в школе. 1972. № 2. С. 85—89.
- 74.Лыков А.Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово). Москва: Высшая школа, 1976. 118 с.
- 75.Макаров М.Л. Основы теории дискурса. Москва: Гнозис, 2003. 280 с.
- 76.Марченко В.В. Комунікативно-когнітивний підхід до дослідження інтонації мовленнєво-музичних творів. Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: тези доповідей XIII наукової конференції. Харків, 2014. С. 6—7.

77. Молодча Н.С. Семантичні okazіоналізми в сучасному англomовному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : 10.02.04. Харків, 2011. 23 с.
78. Монастирецька Г. Креативність як лінгвістичний феномен. Лінгвістичні студії: зб. наук. пр. Укл. А. Загнітко та ін. Донецьк: ДонНУ, 2008. Вип. 17. С. 39—45.
79. Намитокова Р.Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект. Ростов-на-Дону: РГУ, 1986. 156 с.
80. Нефляшева И.А. Окказиональные слова со значением признака в масс-медийных текстах: когнитивно-прагматический аспект. Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Филология и искусствоведение. 2007. № 2. С. 42—46.
81. Никитченко К.П. До проблеми дефініції okazіонального слова та okazіонального словотворення. Актуальні питання сучасної філології: Матер. II міжн. наук.-практ. конф. Львів, 12–13 грудня 2014 р. Херсон: «Гельветика», 2014. С. 44—48.
82. Никитченко К.П. Лінгвокогнітивна природа способів okazіонального словотворення в англomовному постмодерністському художньому тексті : дис. ... канд. філолог. наук : 10.02.04 / Одеський національний університет ім. І.І. Мечнікова. Одеса, 2017. 274 с.
83. Ніконова В.Г. Лінгвокогнітивні і комунікативно-когнітивні стратегії формування іміджу «ідеального політичного лідера» в англomовному медіа дискурсі. Нова філологія. 2016. № 68. С. 22—30.
84. Омельченко Л.Ф., Соловійова Л.Ф., Мороз Т.М. Англійські okazіоналізми-компози́ти у художньому дискурсі: лінгвопрагматичний аспект. Вісник: зб. наук. статей Київського Міжнародного Університету. 2008. Серія: Іноземна філологія (5). С. 12—24.

- 85.Омельченко Л.Ф., Жихарева О.О. Прагматичні характеристики англійських телескопізмів. Вісник Житомирського державного університету. Серія: Філологія. Житомир, 2010. Вип. 51. С. 12—16.
- 86.Пономарева О.Б. Когнитивные и прагма-стилистические аспекты семантической деривации голофрастических конструкций в современном английском языке. Вестник Тюменского государственного университета. 2005. № 2. С. 184—192.
- 87.Полюжин М.М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення. Ужгород: Закарпаття, 1999. 240 с.
- 88.Попко Л.П. Неологизация в языке как трансляция культурно-лингвистической национальной ментальности: монография. Киев: ГАРККиИ, 2007. 360 с.
- 89.Попова З., Стернин И. Когнитивная лингвистика. Москва: АСТ: Восток-Запад, 2007. 314 с.
- 90.Пшеничних А.М. Реперспективізація предметної ситуації в англійському діалогічному дискурсі (на матеріалі мультимедійних ігрових кінотворів): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : 10.02.04. Харків, 2011. 21 с.
- 91.Ребрій О.В. Оказіоналізми в сучасній англійській мові (структурно-функціональний аналіз) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 1997. 18 с.
- 92.Ребрій О.В., Шураєв А.О. Переклад оказіоналізмів як лінгвістична проблема. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2006. № 741. С. 179—183.
- 93.Ремчукова Е.Н. Креативный потенциал русской грамматики. Москва: Изд-во РУДН, 2005. 329 с.
- 94.Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля, 2011. 716 с.
- 95.Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля, 2006. 716 с.

96. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики): Монографія. Київ, 2002. 392 с.
97. Серебренников Б.А. К проблеме сущности языка. Общее языкознание: формы существования, функции, история языка. Ред. Б.А. Серебренников. Москва: Наука, 1970. С. 11—95.
98. Соколова С.О. Словотворна мотивація в колі суміжних явищ. Мовознавство. 2004. № 1. С. 62—68.
99. Стернин И.А. Методы описания семантики слова. Ярославль, 2013. 35 с.
100. Стишов О.А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації). Київ: Пугач, 2005. 388 с.
101. Ткаченко Л. Л. Стереотипні гіперболи в англійському розмовному дискурсі: лінгвокультурний ракурс. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»: Збірник наукових праць. Випуск 28. Херсон: ХДУ, 2017. С. 62—66.
102. Тропіна Н.П. До питання про сутність лексико-семантичної деривації Мовознавство, 1997. № 1. С. 54—59.
103. Турчак О.М. Поняття «оказіоналізм» у мовознавчій літературі та його мовленнєва реалізація в українських періодичних виданнях кінця ХХ століття. Вісник дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Філологічні науки. 2013. № 2 (6). С. 299—305.
104. Турчак О.М. Оказіоналізми в мові української преси 90-х років ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Дніпропетровськ, 2005. 19 с.
105. Улуханов И.С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация. Москва, 1996. 222 с.
106. Фельдман Н.И. Оказиональные слова и лексикография. Вопросы языкознания. 1957. № 4. С. 64—73.

107. Флоря А.В. К вопросам о русской неологии. Вестник ОГУ. 2000. № 2. С. 4—8.
108. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. Москва: Русский Язык, 2002. 213 с.
109. Ханпира Э. Об окказиональном слове и окказиональном словообразовании. Развитие словообразования современного русского языка. Москва: Наука, 1966. С.153—166.
110. Худолій А.О. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця ХХ – на початку ХХІ ст. : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київський національний лінгвістичний університет. Київ, 2003. 275 с.
111. Хруцкая Н.В. Синергетический подход к теории вариативности языковых единиц. Культура народов Причерноморья. 2006. № 82. Т. 2. С. 215—217.
112. Черникова Н.В. Метафора и метонимия в аспекте современной неологии Филологические науки. 2001. № 1. С. 82—90.
113. Чернявская В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований. Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: Сб. науч. тр. Санкт-Петербург: С.- Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2001. С. 11—22.
114. Четина М.М. Когнитивный анализ окказиональной номинации (на материале прозы Дж. Фаулза). Творчество молодых ученых. 2010. С. 155—158.
115. Чиркова Е.К. О критериях отграничения окказиональных слов от новых слов литературного языка. Современная русская лексикология. Львов: Наука, 1975. С. 91—102.
116. Шанский Н.М. Очерки по русскому словообразованию. Москва: КомКнига, 2010. 336 с.
117. Шаталова Ю.Н. Неузואльные способы создания новых слов в повседневной разговорной речи. 2009. № 2. С. 192—196. URL: <https://moluch.ru/archive/2/120/> (дата звернення: 01.01.2018).

118. Швачко С., Кобякова І. Про деякі аспекти мовотворчої функції. *Studia Germanica et Romanica*. Серія: Іноземні мови. Зарубіжна література. Methodика викладання. 2004. Т. 1. № 2. С. 21—30.
119. Шевченко І.С. Становление когнитивно-коммуникативной парадигмы в лингвистике. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна*. 2004. № 635. С. 202—205.
120. Шевченко І.С., Морозова Е.И. Дискурс как мыслекоммуникативное образование. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2003. № 586. С. 33—38.
121. Шевченко І.С. Дискурс, текст та їхні категорії. Дискурсні стратегії лінгвістики ХХІ століття: зб. матер. міжн. наук.-практ. конф. м. Львів, 24–25 листопада 2011 р. Укл. А.І. Радю. Львів: Вид-во ЛНУ ім. Івана Франка, 2011. С. 10—11.
122. Шеляховская Л.А., Богданов Н.А. Словообразовательный аспект изучения некоторых групп окказионализмов. *Новые слова и словари новых слов*. Львов: Наука, 1983. С. 82—92.
123. Янко-Триницкая Н.А. Словообразование в современном русском языке. Москва: Индрик, 2001. 504 с.
124. Яцук Н.Д. Системность лексических новообразований. Университетский комплекс как региональный центр развития образования, науки и культуры: матер. Всеросс. науч.-метод. конф. г. Оренбург. 01–03 февраля 2012 г. Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2012. С. 1926—1930. URL: http://conference.osu.ru/assets/files/conf_info/conf8/s16.pdf (дата звернення: 23.05.2018).
125. Adams V. *Complex Words in English*. London: Pearson, Longman, 2001. 184 p.
126. Adrian R. *Through Dialogue to Documentary. An Exploration of Film Dialogue Analysis Methodology in the Classification of Genre in Creature Comforts: Master Thesis*. 22 April 2014, Film- and Television Studies. Utrecht: Utrecht University, 2014. 34 p.

127. Alvarez-Pereyre M. Using Film as Linguistic Specimen: Theoretical and Practical Issues. *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series*. Ed. by Roberta Piazza, Monika Bednarek, Fabio Rossi. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2011. P. 47—68.
128. Androutsopoulos J. Introduction: Language and Society in Cinematic Discourse. *Multilingua*. № 31. Freiburg, 2012. P. 139—154.
129. Aronoff M., Fudeman K.A. *What is Morphology?* Chicester: Wiley-Blackwell, 2011. 2-nd edition. 290 p.
130. Atkins S., Carter R. Creativity in Speech. *Routledge Handbook of Discourse Analysis*. Ed. by J.P. Gee, M. Hanford. New York: Routledge, 2012. P. 315—325.
131. Ayto J. *The Longman Register of New Words*. Vol. 1. Longman, 1989. 425 p.
132. Bauer L. Compounds and Minor Word-Formation Types. *The Handbook of English Linguistics*. Ed. by B. Aarts, A. McMahon. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2006. P. 483—506.
133. Bauer L. *English Word-Formation*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. 311 p.
134. Bauer L. *Morphological Productivity*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998. 245 p.
135. Bednarek M. Constructing Nerdiness: Characterisation in the Big Bang Theory. *Multilingua*. 2012. Vol. 31. № 2–3. P. 199—230.
136. Bednarek M. Expressivity and Televisual Characterization. *Language and Literature*. 2011. № 20(1). P. 3—21.
137. Bednarek M. The Stability of Televisual Character: a Corpus Case Stylistic Study. *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Film and Television Series*. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam: John Benjamins, 2011. P. 185—204.
138. Bell N., Pomerantz A. *Humor in the Classroom: A Guide for Language Teachers and Educational Researchers*. New York: Routledge, 2016. 204 p.

139. Benczes R. *Creative Compounding*. Amsterdam: John Benjamins, 2011. 206 p.
140. Benczes R. *Creative Compounding in English: the semantics of metaphorical and metonymical noun-noun combinations*. Amsterdam: John Benjamins, 2006. 205 p.
141. Bleichenbacher L. *Multilingualism in the Movies: Hollywood Characters and their Linguistic Choices*. Tübingen: Francke, 2008. 236 p.
142. Bubel C. *The linguistic construction of character relations in TV drama: Doing friendship in Sex and the City: Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Philosophie. Der Philosophischen Fakultäten der Universität des Saarlandes*. Saarbrücken, 2006. 293 s. URL: http://scidok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2006/598/pdf/Diss_Bubel_publ.pdf (дата звернення: 24.04.2018).
143. Buzassyova K., Martincova O. *Neuzualni slovotvorba v zapadoslovanskych jazycich. Slowotworstwo/Nominacja*. Red. nauk. I. Ohnheiser. Innsbruck-Opole: Uniwers. Innsbruck, Uniw. Opolski, 2003. S. 262—275.
144. Carter R. *Language and Creativity: The Art of Common Talk*. London and New York: Routledge, 2004. 255 p.
145. Cerula V. *Проблематика окказионального слова*. *Jazyk a kultura*. 2010. № 4. 17 с. – URL: http://www.ff.unipo.sk/jak/4_2010/cerula.pdf (дата звернення: 24.04.2018).
146. Chilton P., Schäffner C. *Politics as Text and Talk. Analytic Approaches to Political Discourse*. Amsterdam: John Benjamins, 2002. 246 p.
147. Clark E.V., Clark H.H. *When nouns surface as verbs*. *Language*. 1979 (December). Vol. 55. № 4. P. 767—811.
148. Coupland N. *Dialect Stylization in Radio Talk*. *Language in Society*. 2001. № 30. P. 345—375.
149. Croft W., Cruse D. *Cognitive Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 356 p.

150. Croft W. Metonymy: The Role of Domains in the Interpretation of Metaphors and Metonymies. *Cognitive Linguistics: Basic Readings*. Ed. by Dirk Geeraerts. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, 2006. P. 269—303.
151. Crystal D. Investigating Nonceness: Lexical Innovation and Lexicographic Coverage. Manuscript, Narrative, Lexicon: Essays on Literary and Cultural Transmission in Honor of Whitney F. Bolton. Ed. by Robert Boeing, Kathleen Davis. Lewisburg: Bucknell University Press, 2000. P. 218—231.
152. Crystal D. *Language Play*. London: Penguin Books, 1998. 249 p.
153. Dijk van T.A. *Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*. London: SAGE Publications Ltd, 2011. 2-nd ed. 432 p.
154. Don J. On Conversion, Relisting and Zero-Derivation. A comment on Rochelle Lieber: English word-formation processes. URL: <http://www.skase.sk/Volumes/JTL03/02.pdf> (дата звернення: 24.04.2018).
155. Dressler W.U. Extragrammatical vs. Marginal Morphology. *Extragrammatical and Marginal Morphology*. Ed. by U. Doleschal, A. Thornton. Muenchen: LINCOM Europa, 2000. P. 1—10.
156. Dynel M. Blending the Incongruity-Resolution Model and the Conceptual Integration Theory: The Case of Blends in Pictorial Advertising. *International Review of Pragmatics*. 2011. Vol. 3(1). P. 59—83.
157. Dynel M. Humorous Phenomena in Dramatic Discourse . *European Journal of Humour Research*. Lodz, 2013. Vol.1 (1). P. 22—60. – URL: <http://www.europeanjournalofhumour.org> (дата звернення: 24.04.2018).
158. Fauconnier G., Turner M. Conceptual Blending, Form, and Meaning. *Recherches en communication: Sémiotique Cognitive*. 2003. № 19. P. 57—86.
159. Fauconnier G., Turner M. *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books, 2002. 465 p.
160. Fillmore J.Ch. Lexical Isolates. *EURALEX: European Association for Lexicography*. 2002. P.105—124. URL: http://www.euralex.org/elx_proceedings/Lexicography20and20

Natural20Language20Processing/Charles20J.20Fillmore2020Lexical20Isolates.pdf (дата звернення: 24.04.2018).

161. Geeraerts D. *Cognitive Linguistics: Basic Readings*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, 2006. 485 p.
162. Haas W. *Dialekt als Sprache literarischer Werke*. *Dialektologie. Ein Handbuch zur deutschen und allgemeinen Dialektforschung*. Ed. By W. Besch, U. Koop, W. Putschke. Berlin & New York: Walter de Gruyter, 1983. P. 1637—1651.
163. Hall S. *The Work of Representation*. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Ed. by Stuart Hall. London: Sage, 1997. P. 13—74.
164. Harris S.Z. *Structural Linguistics*. Chicago: Chicago University Press, 1986. 384 p.
165. Heritage J. *Garfinkel and Ethnomethodology*. Cambridge: Polity Press, 1984. 336 p.
166. Hill-Parks E. E. *Discourses of Cinematic Culture and the Hollywood Director: The Development of Christopher Nolan's Auteur Persona*. PhD diss., Newcastle University, 2010. URL: <https://theses.ncl.ac.uk/dspace/bitstream/10443/961/1Hill-Parks10.pdf> (22.10.2018)
167. Hohenhaus P. *Ad-hoc-Wortbildung. Terminologie, Typologie und Theorie kreativer Wortbildung im Englischen*. Frankfurt am Main: Lang, 1996. 505 p.
168. Hohenhaus P. *How to Do Even More Things with Nonce Words (other than Naming)*. *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007. P. 15—39.
169. Jaeckle J. *Introduction to Film Dialogue*. Columbia University Press, 2013. 288 p.
170. Jakobson R. *On Linguistic Aspects of Translation*. *On Translation*. Ed. by R.A. Brower. Cambridge Harvard University Press, 1959. 297 p.
171. Janney R. *Pragmatics and Cinematic Discourse*. *Lodz Papers in Pragmatics*. Ed. by P.Chilton, M. Kopytowska. 2012. Vol. 8 (1). P. 85—113.
172. Jones R.H. *Creativity and Discourse*. *World Englishes*. Vol. 29. № 4. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2010. P. 467—480.

173. Kastovsky D. Diachronic Word-Formation in a Functional Perspective. *Linguistics Across Historical and Geographical Boundaries*. Ed. by D. Kastovsky, A. Szwedek. Berlin: Mouton de Gruyter, 1986. P. 409—421.
174. Kemmer S. Schemas and Lexical Blends. *Motivation in Language: Studies in Honor of Günter Radden*. Ed. H. Cuyckens et al. Amsterdam: John Benjamins, 2003. P. 69—99.
175. Kozloff S. *Invisible Storytellers: Voiceover Narration in American Fiction Film*. Berkeley: University of California Press, 1988. 180 p.
176. Kozloff S. *Overhearing Film Dialogue*. Los Angeles: University of California Press, 2000. 332 p.
177. Koveczes Z. Metaphor and metonymy in cognitive linguistics. *Cognitive Linguistics*. 2005. P. 13—34.
178. Kubichka D. Structural, Semantic and Functional Peculiarities of Slangisms in the Screenplay «Sex and the City» by Michael Patrick King. *Kľúčové kompetencie pre celoživotné vzdelávanie IV*. Ed. by Lenka Gogova. Presov, 2014. P. 70—79.
179. Kuiper K. Cathy Wilcox Meets the Phrasal Lexicon: Creative Deformation of Phrasal Lexical Items for Humorous Effect. *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007. P. 93—115.
180. Lakoff G., Turner M. *More than Cool Reason. A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: The University of Chicago Press, 1989. 230 p.
181. Lamb S. *Pathways of the Brain: The Neurocognitive Basis of Language*. Amsterdam: John Benjamins, 1999. 416 p.
182. Lehrer A. Blendalicious. *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007. P. 115—137.
183. Lieber R. English Word-Formation Processes. Observations, Issues and Thoughts on Future Research. *Handbook of Word-Formation*. Ed by P. Stekauer, R. Lieber. Springer: Dordrecht, 2005. P. 375—427.

184. Lipka L. Lexical Creativity, Textuality and Problems of Metalanguage. *Lexical creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 3—13.
185. Maier C. Structure and Function in the Generic Staging of Film Trailers: A Multimodal Analysis. *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series*. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam: John Benjamins, 2011. P. 141—158.
186. Martsa S. *Conversion in English: A Cognitive-Semantic Approach*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2013. 304 p.
187. Mesthrie R. Assessing representations of South African Indian English in writing: An application of variation theory. *Language Variation and Change* 17. 2005. P. 303—326.
188. Mittel J. A Cultural Approach to Television Genre Theories. *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Ed. by G. Edgerton, B.G. Rose. Lexington: University Press of Kentucky, 2005. P. 37—65.
189. Munat J. Editor's Preface. *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 13—16.
190. Nagano A. Marchand's Analysis of Back-Formation Revisited: Back-Formation as a Type of Conversion. *Acta Linguistica Hungarica*. 2007. Vol. 54 (1). P. 33—72.
191. Olsen S. *New Impulses in Word-Formation*. Hamburg: Buske, 2010. 402 p.
192. Plag I. *Word Formation in English (Cambridge Textbooks in Linguistics)*. Siegen, 2007. 251 p.
193. Pope R. *Creativity: Theory, History, Practice*. London: Routledge, 2005. 302 p.
194. Porto D. Creative Lexical Categorisation in a Narrative Fiction. *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 213—239.
195. Prince S. The Discourse of Pictures: Iconicity and Film Studies. *Film Quarterly*. 1993. Vol. 47. № 1(Autumn). P. 16—28.
196. Quaglio P. *Television Dialogue: the Sitcom Friends vs Natural Conversation*. Amsterdam: John Benjamins, 2009. 182 p.

197. Renouf A. Tracing Lexical Productivity and Creativity in the British Media: «The Chavs and the Chav-Nots». *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007. P. 61—93.
198. Rey J.M. Changing Gender Roles in Popular Culture: Dialogue in Star Trek Episodes from 1966 to 1993. *Variation in English: Multi-Dimensional Studies*. Eds. S. Conrad, D. Biber. Harlow: Longman, 2001. P. 138—156.
199. Rossi F. Discourse Analysis of Film Dialogues. Italian Comedies between Linguistic Realm and Pragmatic Non-Realism. *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series*. Ed. by Roberta Piazza, Monika Bednarek, Fabio Rossi. Amsterdam: John Benjamins, 2011. P. 21—46.
200. Richardson K. *Television Dramatic Dialogue: A Sociolinguistic Study*. Oxford: Oxford University Press, 2010. 272 p.
201. Rua P.L. Keeping up with the Times. *Lexical Creativity in Electronic Communication. Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 137—163.
202. Schmidt N.J., Kuhn M. Narration in Film. Ed. by Peter Hühn, Jan Christoph Meister, John Pier, Wolf Schmid. Berlin: De Gruyter, 2014. 2-ed ed. P. 384—405.
203. Shimamura R. Back-Formation of English Compound Verbs. *The Tsuda Review*. 1984. № 29. P. 79—108.
204. Sperber D., Wilson D. *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell, 1995. 326 p.
205. Stekauer P. On the Theory of Neologisms and Nonce-formations. *Australian Journal of Linguistics*. 2002. Vol. 22. № 1. P. 97—112.
206. Stekauer P. Beheading the Word? Please, Stop the Execution. *Folia Linguistica*. 2000. Vol. 34. Part 3—4. P. 333—356.
207. Stekauer P. *English Word-Formation. A History of Research (1960—1995)*. Tübingen: Gunter Narr, 2000. — 494 p.

208. Stockwell P. Texture and identification. *European Journal of English Studies*. 2005. Vol. 9. Issue 2. P. 143—153.
209. Stubbs M. *Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language*. Chicago: The University of Chicago Press, 1983. 279 p.
210. Swann J., Maybin J. Language Creativity in Everyday Contexts. *Applied Linguistics*. 2007. Vol. 28. № 4. P. 491—496.
211. Szymanek B. The Latest Trends in English Word-Formation. *Handbook of Word-Formation*. Ed. by Lieber R., P. Štekauer. Dordrecht: Springer, 2005. P. 429—448.
212. *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Ed. by D. Geeraerts, H. Cuyckens. Oxford: Oxford University Press, 2007. 1334 p.
213. Toolan M. I don't Know what they're Saying Half the Time, but I'm Hooked on the Series: Incomprehensible Dialogue and Integrated Multimodal Characterisation in *The Wire*. *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series*. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2011. P. 161—183.
214. Tournier J. *Introduction descriptive a la lexico genetique de l'anglais contemporain*. Paris: Champion-Slatkine, 1985. 517 p.
215. Veale T. Dynamic Creation of Analogically-Motivated Terms and Categories in Lexical Ontologies. *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 189—213.
216. Weckenmann Ch. *Peter Hohenhaus's Concept of Nonce-Formation: A Critical Analysis*. Munich: Green Verlag, 2012. 56 p.
217. Wollen P. *Signs and Meaning in the Cinema*. Bloomington: Indiana University Press, 1976. P. 116—154.
218. Woods N. *Describing Discourse: A Practical Guide to Discourse Analysis*. London: Routledge, 2006. 224 p.

Список довідкової літератури

219. ABBYY — Lingvo online. URL: <http://www.lingvo.ua/>.
220. American Heritage Dictionary of the English Language. URL: <https://ahdictionary.com/>.
221. OED — Oxford English Dictionary. URL: <http://www.oed.com/>.
222. LDOCE — Longman Dictionary of Contemporary English online. URL: <https://www.ldoceonline.com/>.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОКАЗІОНАЛЬНОГО СЛОВОТВОРЕННЯ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ У ЛІНГВОКОГНІТИВНІЙ І КОМУНІКАТИВНО-КОГНІТИВНІЙ ПАРАДИГМАХ

2.1 Методологія дискурсивної парадигми у дослідженні okazіонального словотворення

Дискурсивна парадигма дослідження okazіонального словотворення дозволяє виявити тенденції реалізації лінгвокогнітивних властивостей окремих ОЛО на тлі загальної інтенції конкретного виду дискурсу, адже, як зазначає Л. Рись, okazіоналізми «набувають актуального смислу виключно при дискурсивній актуалізації» [31, с. 113].

Поширеними методиками дискурс-аналізу вважаються критичний дискурс-аналіз, конверсаційний аналіз (встановлення правил зміни комунікативних ролей під час діалогу), контент-аналіз (визначення динаміки утворення okazіоналізмів) та аналіз суміжних пар (детальне вивчення типових мовленнєвих послідовностей) , семіотичний аналіз мультимодального тексту.

2.1.1 Критичний дискурс-аналіз. У сучасних наукових розвідках критичний дискурс-аналіз (далі – КДА) застосовується для дослідження креолізованих мовних явищ з урахуванням засобів мовного кодування на фоні прагматичних комунікативних факторів [74; 61]. КДА представляє інтердисциплінарний підхід, що оперує на мікро- та макрорівнях і послуговується як лінгвістичним, так і соціальним аналізом [100, с. 107]. За словами Р. Водак [110], основним методологічним підходом КДА є міждисциплінарний підхід, орієнтований «на дослідження не відокремленої мовної одиниці, а розгляд взаємодії лінгвальних та екстралінгвальних феноменів» [110, с. 2].

У вивченні оказіонального словотворення у кінодискурсі методика та стратегії КДА відіграють одну з ключових ролей, адже КДА дозволяє відстежити внутрішні та зовнішні чинники виникнення ОЛЮ у такому мовному середовищі. О. Попова [29; 30] переконана, що «мотиваційні рушійні сили появи оказіональних лексико-стилістичних і граматико-стилістичних елементів <...> є суб'єктивно провокованими і здатні за рахунок суспільної верифікації отримати шанс на подальше поширення вже як нормативні форми, які відповідають системі англійської мови» [30, с. 40].

Теоретичні підвалини КДА включають кілька етапів становлення.

Теоретичні основи КДА за Норманом Феркло (1984) [63] обґрунтовують трирівневу модель аналізу, яка включає: лінгвістичний опис формальних аспектів тексту, інтерпретацію взаємозв'язків між власне текстом і дискурсивними інтеракційними процесами (текст – кінцевий продукт інтеракції) та виявлення співвідношення між дискурсом і соціокультурною реальністю [100]. Дослідник одним із перших підкреслив взаємодію між мовою та соціальною реальністю через соціальні події (тексти), соціальні практики та соціальні структури [100, с. 109].

Теорія КДА за Р. Годжем і Дж. Крессом (1993) [77] зосереджується на ідеологічних взаємозв'язках між лексичною одиницею, її етимологічним походженням, антонімами, синонімами, гіпонімами й експресивними властивостями – термін під збірною назвою «синтагматична модель» [100]. У рамках цієї теорії дослідники вибудували систему класифікації, засновану на взаємодії мови, думки та ідеології, репрезентовану «акціоналами» (перцептивні відносини у фізичному світі) та «реляціоналами» (оцінки, судження, висновки про реалії). Р. Годж та Дж. Кресс базували цю теорію на опозиції евфемізмів та обценізмів для демонстрації маніпулювання ідеями й об'єктами дійсності. Так як будь-яка ідеологія є презентацією дійсності, така опозиція відтворює її різні маніфестації [78].

Принципи КДА за Т. ван Леувеном (1996) [88] закладають основи взаємодії соціальних акторів та організацій, які або включають перших, або відносять їх до периферії центрів влади [100]. Згідно з дослідником, КДА – це вплив соціальних

структур на продукування знання й ефект, здійснюваний ним на окремих представників соціуму, тобто мова та дискурс у процесі відтворення, розповсюдження й інтерпретації знань. Ієрархія включає такі складники: виключення (заборона / замовчування, винесення на другий план), включення (активізація / пасивізація, узагальнення / специфікація, індивідуалізація, асиміляція, невизначеність, визначеність, номінація / категоризація, функціоналізація та ідентифікація), безособові соціальні актори (абстракція) (*цит. за:* [100]).

Один із найвпливовіших теоретиків КДА, Т. ван Дейк (1997) [61] виділив ключові категорії КДА, а саме: актори (значення), влада (аргументація), порівняння (значення й аргументування), дисклеймери (стратегія позитивної репрезентації самого себе та негативне представлення інших, засноване на ідеології), евфемізація, евіденційність (аргументованість точки зору), узагальнення, гіперболізація, імплікація, іронія, пресупозиція, поляризація (включення / виключення з групи), неясність, віктимізація (негативна репрезентація на основі поляризації [61]).

Засадничими положеннями КДА є: фокус на мові як такій, що застосовується мовними користувачами; основним об'єктом дослідження є не ізольовані лексеми, а текст, дискурс, мовні акти, комунікативні події, тобто перенесення дослідження з площини граматики у сферу інтеракції; включення невербальних аспектів комунікації: жестів, зображень, Інтернету; увага на динаміці соціо-когнітивних стратегій і тактик; вивчення функціонального навантаження контекстів мовного використання (соціальні, культурні, ситуативні, когнітивні); аналіз взаємодії явищ «текстової граматики»: когерентність, анафора, макроструктури, мовні акти, зміни комунікативних ролей, знаки, риторика і т.д. [110, с. 2].

До інструментів КДА відносять такі [19, с. 109–118]: транскрипція (стандартна орфографія, буквенна транскрипція, псевдофонетична транскрипція, фонетична транскрипція); протокол дискурс-аналізу (аналіз культурного контексту, часу, місця, складу учасників, мети, стилю дискурсу).

На основі інструментарію КДА Дж. Джекел заснував власну чотири-ступеневу методичку аналізу діалогу кіно, яка включає: детальне інтонування й транскрибування; начитку сценарію; розмежування вербального й аудіального компонентів; виділення фігуративних і нейтрально-літературних елементів у тексті сценарію з метою характеристики персонажів [81, с. 7–11].

Л. Леонтович [19] відзначає ряд переваг КДА над іншими методами завдяки його міждисциплінарності, багатоаспектності розгляду досліджуваних явищ, що дозволяє проводити ґрунтовний аналіз, проте численна кількість суб'єктивних тлумачень і варіативного інструментарію часто протирічать один одному та стають на заваді максимальної точності інтерпретації [19, с. 117].

Отже, дискурс-аналіз у цілому та КДА зокрема передбачають комплекс міждисциплінарних стратегій дослідження з метою різноаспектного багатофункціонального аналізу. Засадничими принципами КДА є мова у дії з перспективи мовних користувачів і включення безпосередньо комунікації, що супроводжується розглядом невербальних аспектів на тлі макроконтексту.

2.1.2 Контент-аналіз. Суть контент-аналізу полягає у переведенні вербальних даних у невербальні форми [27, с. 13–14], а також дослідженні особливостей мови як засобу комунікації з фокусом на контекстуальному змісті тексту [79, с. 1278].

Цілями контент-аналізу є: вихід на комунікатора, цільову аудиторію, що відкриває ширшу лінгво-соціальну реальність, на «стереотипи масової свідомості», політичні особистості та цінності, тобто у широкому сенсі контент-аналіз допомагає зрозуміти, «хто говорить – що говорить – кому говорить» [43]. Найчастіше контент-аналіз застосовують у процесі вивчення медіа-текстів, кінофільмів, газетних і журнальних публікацій, рекламних текстів, інтерв'ю, теле- та радіо шоу і т.ін., адже цей метод дозволяє досліджувати великі обсяги інформації з метою виявлення як експліцитних, так і імпліцитних змістів, латентно присутніх у аналізованих текстах.

Виник контент-аналіз у надрах соціології у 50-і рр. ХХ ст. У працях американського соціолога Г. Ласуела [100], а подальшої розробки зазнав у дослідженнях Ж. Кайзера [84], з чийм ім'ям пов'язують створення системи категорій, обліку даних та основних процедур текстової інтерпретації (*цит. за:* [27, с. 17]). Удосконаленням методики контент-аналізу займалися Ф. Баркус [48], Б. Берельсон [53], Д. Л. Морган [94], К. Ліндквіст [89], К. Кріппендорф [87] та ін. Деякі науковці [79, с. 1279–1287] виділяють три основні види дослідження, об'єднані під ширшою назвою «кількісний контент-аналіз».

1. Конвенційний контент-аналіз (дослідження інтерв'ю та незавершених синтагм у діалогах при недостатньому забезпеченні явища відповідною науковою літературою). Методика передбачає: читання всього тексту для ознайомлення зі змістом, начитку вголос для виокремлення необхідних категорій і концептів із подальшим кодуванням, групування кодів у значеннєві кластери (не більше 15), побудову синтаксичної діаграми для репрезентації ієрархічної структури зв'язків аналізованого тексту. Висновки подаються у підсумковій частині дослідження під назвою «Дискусія». Перевага цього типу контент-аналізу – «об'єктивні дані від різних дослідників без застосування єдиної категорії аналізу» [79, с. 1279–1281].

2. Цільовий контент-аналіз, який включає гіпотезу стосовно аналізованого явища, отже дослідження починається з вибору ключової категорії аналізу, подальша процедура включає начитку тексту вголос, виділення уривків, що містять аналізований феномен і кодування обраних уривків, надалі подається дескрипція явища і підтвердження чи спростування запропонованої гіпотези.

3. Сумативний контент-аналіз (ідентифікація та підрахунок певних слів чи уривків із метою інтерпретації їх контекстуального значення та прихованого змісту). Увагу дослідників зосереджено на визначенні підтексту, а не на частоті вживання одиниці в аналізованому тексті. Дослідження починається з кількісних підрахунків вручну чи за допомогою спеціалізованої комп'ютерної програми з подальшим визначенням та інтерпретацією контекстуального обрамлення аналізованого явища.

Незважаючи на те, що контент-аналіз прийнято класифікувати як кількісний метод дослідження, виділяють два його види: кількісний та якісний відповідно до форми представлення текстової інформації [27]. Якісний контент-аналіз базується на наявному індикаторі змісту тексту без використання кількісно-частотних показників із метою виявлення якісних характеристик тексту [27]. Завдання контент-аналізу – переформатувати експліцитний та імпліцитний зміст тексту в кількісну структуровану систему [27, с. 14].

Методика контент-аналізу включає такі стратегії [58, с. 726]:

→ концептуальний аналіз, який включає два основні підходи (словниково-тезаурусний і перекладний) і визначає превалюючі експліцитні й імпліцитні концепти, їх дистрибуцію у тексті й інтерпретацію, рівень імплікації, а також передбачає мапування, кластерний аналіз, варіативний аналіз і частотно-статистичний аналіз;

→ процедурний аналіз, що аналізує тексти із великою кількістю учасників: шоу, дебати, зустрічі; у його фокусі – власне процедури: порядок реплік у діалогах, послідовність дій та цілі, з якими вони здійснюються в аналізованих текстах; зазначений метод включає два основні підвиди:

а) аналіз подій, заснованих на власних рішеннях на протипагу аналізу подій, детермінованих сюжетом тексту;

б) реляційний аналіз, у центрі уваги якого «ментальні моделі», зашифровані у тексті; техніки реляційного аналізу включають: методику вилучення ментальних моделей, аналіз безпосередньої близькості та селекціоноване когнітивне мапування;

→ емотивний аналіз, який передбачає визначення та класифікацію емоцій, що переживають персонажі аналізованого тексту і які детерміновані жанром тексту.

У лінгвістиці часто послуговуються дещо спрощеною методикою контент-аналізу, а саме експрес-аналіз, що передбачає: 1) кількісні підрахунки значущих елементів тексту; 2) фіксація якісних характеристик тексту (інформативність, конструктивність, доцільність, аргументативність); 3) кодування текстових рис і переведення їх у числові показники [43].

Загальна процедура контент-аналізу передбачає такі етапи [19, с. 72–75]: 1) постановка проблеми для визначення напрямів і параметрів аналізу; 2) відбір матеріалу, формування вибірки та точне визначення аспектів аналізу укладеного корпусу даних із метою максимальних неупередженості та точності майбутніх кількісних підрахунків; 3) встановлення мінімальної одиниці підрахунків та її релевантного рівня (тема, персонаж, концепт, образ); 4) виділення параметрів аналізу; 5) створення інструкції із кодування; 6) збір та обробка даних, укладання реєстраційної карти аналізу та створення класифікатора ; 7) створення підсумкового протоколу контент-аналізу.

До інструментів контент-аналізу відносять чотири основні: кодування, реєстраційна картка, класифікатор і протокол дослідження [19, с. 69].

Отже, основним принципом контент-аналізу є реструктуризація та перетворення вербальних даних у кількісні з подальшим аналізом та інтерпретацією показників. Наступним кроком є переформатування отриманих кількісних даних у якісні з метою підтвердження чи спростування висунутої гіпотези.

2.1.3 Семіотичний аналіз мультимодальних текстів. Принципи та техніки КДА широко застосовуються під час дослідження різних видів дискурсу, що дозволяє виявити їхні внутрішні особливості оте, попри універсальність інструментарію КДА, ця методика виявилася недостатньою, коли у центрі наукових розвідок опинилися мультимодальні тексти (далі – МТ). Г. Ньюком [96] відзначив, що телебачення як «різнорівневий комплекс різних точок зору, починаючи від творців в особі продюсерсько-режисерської групи до представлення цих точок зору акторським складом, є засобом маніпуляції глядацькою свідомістю» [96, с. 94].

Методологія дослідження МТ здійснюється в межах двох основних підходів, реалізованих у відповідні періоди.

70-ті рр. ХХ ст. – дослідження МТ як сукупності авторських інтенцій крізь призму історико-ідеологічного контексту, реалізованих у процесі творення відповідного кінопродукту [71; 72]. Дослідники концентрують увагу саме на

колективному авторі – на ініціаторах ідеї, аналізують їхнє світобачення та мотиви, що вплинули на кінцевий формат МТ. Предметом дослідження є інтерв'ю з професійною командою – режисером, продюсером, сценаристами; об'єктом – співвідношення між значенням та репрезентованим власне кінопродуктом).

80-ті рр. ХХ ст. – глибинне дослідження самого МТ як репрезентації соціокультурних знань і досвіду. Пропонентами стали Т. Рівз [100; 101; 102], Дж. Бейтмен [49], К. Майєр [91]. Центральний об'єкт аналізу – сценарій кінопродукту, журналістські рецензії, мемуари акторів та фанклубів.

Основними методиками семіотичного аналізу МТ є польове спостереження (присутність дослідника на знімальному майданчику). Технічна компетентність дослідника є надважливою: чим освіченішим у процесі виробництва телепродукту є дослідник, тим об'єктивнішими є результати аналізу [95; 96]. Методика інтерв'ю дозволяє виявити приховані як індивідуальні, так і історико-культурні мотиви «кодування» явищ. Дослідження сценаріїв, рецензій, відгуків дозволяє виявити успішність чи неуспішність способів впливу на глядацьку аудиторію.

У вітчизняній науці одним із основоположників семіотичного аналізу МТ є Ю. Лотман [20, с. 204–205], який виокремив ряд соціально-комунікативних функцій у актах нелінійної комунікації МТ:

- адресат => МТ як повідомлення до аудиторії => адресант;
- аудиторія => МТ як колективна культурна пам'ять => культурна традиція;
- адресат => МТ як актуалізатор особистості адресата => власне сам адресат;
- адресат => МТ як самостійне інтелектуальне утворення;
- МТ як інформаційне джерело => культурний контекст.

Популярною вважається теорія медіаосвіти [40; 41], пропоненти якої обстоюють ідею, що МТ є носіями зашифрованої інформації, а аудиторія має вдосконалювати вміння «декодувати та читати» МТ, адже вони – виключно форма зберігання інформації, яка може диверсифікуватися в залежності від перцепції адресанта [41].

Також у дослідженні МТ західне мовознавство ([51]; [81]; [82]; [86]) значну увагу приділяє жанру як набору характеристик, що відрізняють один мультимодальний продукт від іншого. Жанрова специфіка зумовлює вибір певних кінематографічних технік. Однак питання жанру і досі залишається дискусійним. Як правило, його замінюють виразом «дискурсивний кластер» [93, с. 42] як набір візуально-контентних характеристик, спрямований на відповідну цільову аудиторію [108, с. 3]. Е. Кітчес під кінематографічним жанром розуміє «знятий за архетипними моделями тематично багатий і соціокультурно зумовлений матеріал, організований у гнучку структуру поєднаних спільною авторською інтенцією складових» (*цит. за:* [108, с. 4]). Цей термін стосується «формули, що охоплює набір організаційних стратегій (соціоекономічних, культурних, риторичних та ідеологічних) у кінематографі відповідно до очікувань глядацької аудиторії» [96, с. 25].

Отже, основним завданням семіотичного аналізу є декодування зашифрованого повідомлення на всіх рівнях мультимодальної комунікації. Основними об'єктами дослідження виступають власне МТ, авторські інтенції, реалізовані знімальною командою, а також особливості відповідних кіножанрів.

2.2 Методи лінгвокогнітивного аналізу у дослідженні способів okazіонального словотворення

Позаяк в основі okazіоналізмів лежить мовна креативність та індивідуально-авторська мовотворчість, ОЛО не існують поза рамками оригінального контексту. Когнітивне творення ОЛО передбачає такі процеси, як: «okazіональність дії, okazіональна передкатегоризація концепту, наявність смислопороджуючих операторів і прагматична детермінованість» [44, с. 157].

Лінгвокогнітивний аналіз способів okazіонального словотворення дозволяє: 1) розкрити семантичне навантаження ОЛО; 2) представити, яким чином компоненти ОЛО взаємодіють на ментальному рівні з метою передачі уявлення про

світ як окремого індивіда, так і загальної мовної картини світу; 3) встановити асоціативні зв'язки між концептом і номінантом і можливі прояви їх функціонування у різному контекстуальному середовищі.

Когнітивно-дискурсний аналіз кінодискурсу включає: визначення загальної тематики, опис специфіки взаємодії вербальної та невербальної складових, аналіз і побудову фреймово-слотової моделі концептосфери, психодіагностичний і соціологічний опис персонажів.

2.2.1 Концептуальний аналіз. Концептуальний аналіз [28; 34; 35; 42] (метод семантико-когнітивного аналізу [29], метод когнітивного аналізу [18]) оперує у двох основних напрямках: когнітивна семасіологія (перехід від концепту до змісту, тобто вихід від свідомості на рівень мови) та лінгвокогнітивна концептологія (перехід від значення до концепту та вихід на рівень когніції) [15, с. 42]. Відповідно, розрізняють два види концептуального аналізу: семантичний та власне концептуальний. Підґрунтям першого є лінійність, знакова репрезентація одиниці й експланаторний характер дослідження, врахування усіх можливих значень слова у їх зв'язках з іншими одиницями мови, тоді як у центрі уваги останнього – вербалізація сфери знання, схемоподібне представлення структури концепту та встановлення «смислу, навколо якого групуються знання» [13, с. 124–125].

Головне завдання концептуального аналізу (далі – КА) полягає у лінгвістичному описі концептів і лінгвоконцептуального відображення світу конкретної мови [13, с. 123]. О. Селіванова зазначає, що цей метод заснований на процедурах «формалізації, ідеалізації й моделювання» [34, с. 195]. О. Воробйова виділяє два напрями у розвитку концептології: 1) «експерієнційно-менталістський» напрям, заснований на американській когнітивістиці і представлений у доробку Ж. Фоконьє, М. Тернера [66] (передбачає «пропущення процесу концептуалізації через тілесний досвід людини, людства в цілому <...> через культурологічний фільтр» і використовує small caps (великі-малі літери) для позначення концептів [3,

с. 55]); 2) «духовно-менталістський» напрям (російська школа логічного аналізу, очолювана Н. Арутюновою [1]): в основі концептів – духовне начало і використовує напівжирний курсив для позначення концептів [3, с. 55]. У лінгвістиці виділяють такі методики КА, як: етноцентрична концепція концептуального аналізу (А. Вежбицька [109]), метод тренованої інтроспекції (М. Скаб [36, с. 358–359]), метод семної інтерпретації вільних асоціацій (І. Стернін [38, с. 5–30]).

Найпоширеніші методики та прийоми КА базуються на таких теоріях, як:

1) теорія фреймової семантики, яка заснована на «теорії розуміння» [60, с. 8]: одиниці, вжиті мовцем, застосовуються для спонукання до певної діяльності, яку розуміє слухач, а це розуміння і позначається фреймом знання;

2) теорія концептуальної метафори (Дж. Лакофф, В. Джонсон), яка використовує прийом «мапування», що встановлює взаємозв'язки між концептуальними доменами у людській свідомості (*цит. за:* [60, с. 194]) і першочерговим завданням якого є встановлення таких метафоричних відношень;

3) теорія інтеграції ментальних просторів (Ж. Фоконьє, М. Тернер [66]), яка обґрунтовує гібридний простір бленду, утворений унаслідок інтеграції первинних ментальних просторів, що викликає оказіональну передкатегоризацію оригінального концепту та появу нових значень, детермінованих новими зв'язками між ментальними просторами [44, с. 157]. Ж. Фоконьє та М. Тернер [66] пропонують чотири-рівневу класифікацію інтеграційних мереж: 1) прості (один ввідний простір містить фрейм, інший – специфічні елементи); 2) дзеркальні (ввідні простори поділяють спільний фрейм); 3) однодіапазонні (ввідні простори містять різні фрейми, а бленд отримує лише один із них); 4) дводіапазонні (бленд містить фрейми обох ввідних просторів, навіть які відрізняються за змістом і топологією) [66, с. 59].

Когнітивно-ономасіологічний аналіз [34] вважається «комбінованим», оскільки включає виявлення мотиваційних баз під час номінації [34, с. 244–246] і спрямований на встановлення взаємозв'язків між найменуванням і «детермінантами номінаційного процесу». Етапи когнітивно-ономасіологічного аналізу, за

О. Селівановою [34, с. 244–246], виглядають таким чином: 1) встановлення «ономасіологічної структури» номінативної одиниці: мотиваційної бази та характеру зв'язків між мотиватором і найменуванням шляхом «перифрастичної реконструкції мотивуючого судження» [34, с. 244], а також мети, механізму утворення нової одиниці; 2) моделювання ономасіологічної структури у вигляді моделі «ментально-психонетичного комплексу» (єдність інформаційної бази свідомості, перцептивних якостей, комплексного ресурсу мови); 3) визначення типу мотивації: пропозиційної, асоціативної, модусної, змішаної та концептуально-інтеграційної. Дослідниця також запропонувала двовекторний підхід до розгляду номінативних процесів у двох напрямках аналізу: від фрагменту знань до номінативної одиниці та зворотно.

За В. Карасиком [9], етапами КА є: 1) визначення дефініції концепту; 2) аналіз концепту в контексті; 3) аналіз етимології концепту; 4) аналіз пареміологічних структур із даним концептом; 5) складання анкет, узагальнення та коментарі [9, с. 110–111].

Принагідно, І. Стернін [37; 38] пропонує розширену стратегію когнітивно-семантичного опису: 1) обрання концепту; 2) встановлення «номінативного поля» концепту; 3) дослідження смислів складових номінативного поля як «когнітивних ознак концепту»; 4) виявлення реалізації когнітивних ознак концепту у дериватах одиниць номінативного поля; 5) контекстуальний аналіз та виявлення периферійних семантичних ознак концепту; 6) проведення психолінгвістичного експерименту з метою визначення «реального психологічного змісту» концепту; 7) узагальнення когнітивних ознак і побудова інтегральної моделі або так званої «низхідної польової структури»; 8) виявлення аспектів концептуалізації та відповідних їм одиниць номінативного поля; 9) опис досліджуваних одиниць номінативного поля у вигляді сем, що репрезентують сукупність усіх когнітивних ознак концепту від його ядра до периферії; 10) визначення компонентів значень, що реалізуються тільки за виняткових обставин та включення їх до периферії концепту як таких, що існують / можуть існувати у «мовній свідомості» [38, с. 6–7].

У дослідженні ОЛО застосовується методика аналізу семантичного простору (М. Скаб [36]), що дозволяє прослідкувати етимологію значення одиниці на різних стадіях її розвитку та у різних дискурсах [36, с. 357].

Отже, різні методики та прийоми КА в кінцевому рахунку мають одну мету – встановити, описати та пояснити місце певного концепту в авторській та загальномовній картині світу. Концептуальний аналіз є необхідним методом дослідження неочікуваних реалізацій ряду компонентів значення, що й призводять до виникнення ОЛО. Здобутки теорії інтеграції ментальних просторів Ж. Фоконьє та М. Тернера стають невід’ємним інструментом аналізу компресивного й агрегованого оказіонального словотворення у дисертаційному дослідженні.

2.2.2 Компонентний аналіз. Традиція компонентного аналізу сягає витокami 1950-х–60х рр. ХХ ст., коли ця методологія виокремилася з теорії лексичного поля поряд із реляційною семантикою [68]. У розвитку компонентного методу прийнято виділяти два основні напрями:

1) європейська школа компонентного аналізу, в основі постулатів якої лежить теорія функціональних опозицій, а метою є системний аналіз взаємозв’язків між складовими одного лексичного поля [68, с. 709];

2) американська школа компонентного аналізу, яка виникла у надрах антропологічних досліджень та розроблялася у дослідженнях Дж. Катца та Дж. Фодора [83], які запропонували семантичну теорію маркерів [83, с. 170–210]; американська школа компонентного аналізу представляє формалізоване компонентне значення як складову формальної граматики [68, с. 710–711].

У російському мовознавстві компонентний аналіз започатковано у теорії опозицій у фонології Н. Трубецького, а надалі метод доповнювався О. Смірніцьким, О. Курілович, С. Шафіковим, О. Селіверстовою, О. Кузнецовим, Л. Міхедовою, М. Степановою, В. Гаком, Н. Долгіх (*цит. за:* [6]). У мовознавстві виокремилися мікро- та макролінгвальний підходи до компонентного аналізу (Г. Вотьяк) (*цит. за:*

[33, с. 135]). Мікролінгвальний підхід має за мету встановити «екстралінгвальні фактори», що виявляють сему у лексичному значенні. Макролінгвальний – виділяє сему із семеми, відтак сема вважається «конструктивним елементом семеми», а не її проявом (*цит. за:* [33, с. 135]).

У західній лінгвістиці компонентний аналіз репрезентований такими напрямками, як: логічна семантика [62; 99], когнітивна психологія [80], теорія природньої семантичної метамови [109], концепція базових фреймів [7].

Компонентний аналіз передбачає «розщеплення значення лексичної одиниці на семи з метою виявлення змісту й обсягу поняття» [34]. У процесі аналізу встановлюються «функціональні макрокласи номінантів» з конкретизацією їхніх ознак і визначенням «типу оцінки», ядро та периферія макрокласів та будується схема «зон перетину» [2, с. 49] між ними. Оскільки у змістовій структурі лексичної одиниці семи розташовані в ієрархічному порядку, основним завданням компонентного аналізу є не лише встановлення смислових сем, а й ілюстрування їх структурної організації, що вимагає паралельного застосування дистрибутивно-кількісного й опозиційного аналізу [32, с. 93–94].

Під час компонентного аналізу здійснюються такі кроки: 1) вибір лексичної одиниці для аналізу; 2) виділення об'єднуючих / диференціюючих ознак [32, с. 92]; 3) об'єднання семантичних значень у «поняттєво-значеннєві множини» [2, с. 48]; 4) побудова лексико-семантичного ряду на основі синонімії, гіперонімії, антонімії; 5) побудова структурованої смислової ієрархії; 6) визначення ядра та периферії значення, класифікація значеннєвих груп із встановленням «низової групи» [2, с. 49].

Існують два прийоми вивчення семантики лексичної одиниці – синтагматичний [33; 34, с. 135] і парадигматичний [32]. Центром уваги синтагматичного прийому є контекст, ситуація та дистрибуція одиниці, тоді як парадигматичний прийом передбачає опис лексичного значення на основі монолінгвальних словників. Відтак процедура компонентного аналізу передбачає «розщеплення значення слова на семантичні компоненти» [32, с. 92], позначувані термінами «семантичний маркер» [83], «компонент значення» [6], «семантичний примітив [109] (*цит. за:* [30, с. 93]).

Якщо концептуальний аналіз ілюструє реалізацію та модифікації смислового наповнення ОЛО у різних контекстах, то суть компонентного аналізу полягає у репрезентації структурної організації певного знання. Відтак, обидва методи стануть необхідними під час дослідження лінгвокогнітивної парадигми оказіонального словотворення. Крім того, даний метод дозволить виявити та класифікувати оказіональні та контекстуальні семи [37; 38].

Отже, у дисертаційному дослідженні компонентний аналіз застосовується під час розгляду ОЛО, утворених за аналогією, а також способом метафоричного та метонімічного перенесення, розширення та звуження значення з метою з'ясування асоціативних, літературних, етимологічних і фактичних зв'язків досліджуваних одиниць із мотивуючою базою.

2.3 Методи комунікативно-когнітивного аналізу у дослідженні способів оказіонального словотворення

Когнітивній природі ОЛО дослідники присвятили значну кількість уваги, проте прагматично-функціональне навантаження таких оказіоналізмів надає привід розглядати їх як засіб комунікативного впливу у кінодискурсі. У цьому сенсі важливим постає розгляд ОЛО у якості засобів реалізації КС згідно з інтенцією колективного автора.

Оскільки дискурс є не лише «текстом, зануреним у контекст», а й «мовленням, зануреним у життя» [1, с. 136–137], однією з його визначальних характеристик є синтез когнітивно-інформаційного наповнення та комунікативних інтенцій адресанта, стратегій впливу на адресата, життєвого досвіду обох, необхідного для інтерпретації вихідного повідомлення. Відповідно, оказіональне словотворення необхідно розглядати крізь призму цієї комплексної єдності, адже когнітивна природа ОЛО слугує для актуалізації даних смислів у комунікативному акті.

Комунікативно-когнітивна парадигма вивчення оказіонального словотворення передбачає розгляд ОЛО як об'єктів номінації та «вербалізаторів ментальних

конструктів», що розкривають комунікативний намір комунікатора та способи його інтерпретації комунікантом [31, с. 111]. Відтак у процесі комунікативно-когнітивного аналізу okazіоналізмів, який дозволить прослідкувати комунікативні сфери реалізації прагматичного потенціалу ОЛО у репрезентації різноманітних схем відображення дійсності, вважаємо доцільним застосувати такі методи дослідження, як: інтерпретаційний метод із елементами дискурсивного аналізу, аналіз за безпосередніми складниками, конверсаційний аналіз.

2.3.1 Конверсаційний аналіз. Конверсаційний аналіз сягає витокami у надра соціології, проте виокремився у самостійний напрям досліджень у другій половині 70-х рр. ХХ ст. у США. У центрі уваги – вивчення усної діалогічної та полілогічної комунікації, що вважається однією з найскладніших для аналізу [35]. Основоположниками даного методу стали етнометодолог Х. Гарфінкель, який досліджував комунікативну активність різних соціокультурних спільнот; класик соціології мови та засновник соціодраматичної концепції І. Гоффман, розробники конверсаційної методики Г. Закс, Г. Джефферсон, Дж. Герітедж [92].

Поступово ця методика переросла аналіз повсякденних діалогів і стала застосовуватися для інтерпретації різних видів записаних текстів. Крім того, стрімкий розвиток аудіозаписуючих технологій розширив можливості конверсаційного аналізу [32, с. 153]. У Європі дослідження діалогічного мовлення крізь призму повсякденного спілкування представлене двома школами: школою аналізу діалогу (Г. Фриц, М. Даскал, В. Девкін, О. Романов, Ф. Хундснуршер та ін.) та школою колоквиалістики (О. Земська, Ю. Скребнєв, О. Сиротиніна) [35, с. 148].

На думку певних учених (О. Селіванова [34; 35]), конверсаційний аналіз вважається однією з методик дискурс-аналізу, у фокусі якої є емпіричне дослідження діалогічного мовлення [34, с. 245]. Інші [19; 22; 23] стверджують, що дискурс-аналіз і конверсаційний аналіз є двома рівносильними окремими методами, ключова розбіжність між якими полягає у каузально-наслідкових зв'язках (дискурс-аналіз – дедуктивний метод, що базує гіпотези на граматиці дискурсу, а в основі

конверсаційного аналізу – виведення гіпотези з емпіричних даних [22, с. 64]). О. Леонтович трактує конверсаційний аналіз як метод аналізу природної інтеракції, тісно пов'язаний із теорією комунікативних актів [19, с. 118].

Суть конверсаційного аналізу полягає у прагненні до об'єктивності шляхом виявлення спільної для комунікантів інтерсуб'єктивної реальності; аналізі емпірики на противагу теорії; трактуванні комунікації з позицій синхронії; вивченні акту спілкування у контексті; розгляді бесіди як виду соціальної інтеракції [19, с. 118–119]. Так, за Дж. Герітеджем [75], діалог відбувається за інгерентними патернами, розмова послідовна та контекстуально-зумовлена, дослідження емпіричне, а фахівець повинен утриматися від теоретично-детермінованих висновків.

Основним об'єктом конверсаційного аналізу є компоненти мовленнєвої діяльності, а саме: засоби початку та завершення розмови, комунікативні ходи, зміна тематики розмови, зміна комунікативних ролей та їхні інтенційні характеристики, «суміжні реплікові пари» [19] / «ад'яцентні пари» [34; 35; 104], діалогові секвенції, помилки в комунікації, комунікативні шуми [19, с. 120–121].

Методика конверсаційного аналізу передбачає такі етапи: 1) формулювання робочої гіпотези [19]; 2) збір та опис фактичного матеріалу з визначенням кількості комунікантів та обсягу аналізованої вибірки, визначення способів і графічного представлення мовленнєвої події, пошук об'єктивного незаангажованого спостерігача [19]; 3) упорядкування матеріалу відповідно до сформульованих завдань із визначенням статусу комунікантів і функцій конкретної інтеракції, експліцитних та імпліцитних обставин комунікативної події, соціокультурної кон'юнктури, вербальних і паравербальних чинників [22, с. 102–106]; 4) опрацювання й інтерпретація вибірки з урахуванням діалогових компонентів, а саме «комунікативних ходів, реплікових кроків, секвенцій, ад'яцентних пар» [35, с. 152].

Процедурно кожне дослідження за даною методикою передбачає транскрибування вибірки за допомогою загальноприйнятих нотаційних систем (стандартна орфографія, літературна буквена транскрипція, псевдофонетична транскрипція, зосереджена на відхиленнях у мовленні, фонетична транскрипція),

однак єдиного стандарту нотаційної системи не існує, тому використовується методика транскрибування методом модифікованої орфографії (Г. Джефферсон) [92, с. 153]. Інша поширена техніка конверсаційного аналізу – запис розмови на цифрових носіях, що дозволяє зберегти оригінальні секвенції та просодичні характеристики з урахуванням організації та зміни комунікативних ходів.

Варто зазначити, що одним із ключових положень конверсаційного аналізу є фокусування на деталях, навіть незначних чи нерелевантних, відтак під час дослідження неможливо проігнорувати жодну складову мовленнєвої події. З цієї причини важливою складовою конверсаційного аналізу є ретельна увага до невербальної комунікації, адже детальний аудіо- чи відеопрокол враховує навіть незначні невербальні та просодичні особливості діалогу з метою найточнішого аналізу. Цей процес представлений у праці Г. Гоулдкула [73], де дослідник інтерпретує безсловесну комунікативну подію, визначаючи чотири невід’ємні компоненти інтеракції: передумова, виконавець / дія, адресанти та безпосередній результат комунікативної події [73, с. 10–11]. Тому незмінним атрибутом інструментарію конверсаційного аналізу є протокол дослідження, що включає мету, фіксацію стратегій збору інформації, побудову моделей аналізу й опису даних, запис і транскрибування вибірки, трактування досліджуваного матеріалу [19, с. 124].

Таким чином, конверсаційний аналіз репрезентує дослідницький метод, заснований на фокусуванні на незначних на перший погляд компонентах конкретної мовленнєвої події (організацію та зміну комунікативних ходів, передумови та «декорації», учасників комунікативної події, їх інтенційну та стратегічну спрямованість з фокусом на результаті).

2.3.2 Контекстуально-інтерпретаційний аналіз. За О. Селівановою [35], контекстуально-інтерпретаційний аналіз (далі – КІА) займається встановленням статусних особливостей певного тексту відносно його значимості у широкому соціокультурному контексті, його зв’язків з авторською інтенцією та рецептивної спрямованості. Адже у більшості випадків смислове наповнення тексту значно

перевищує «об'єм вербально-знакових компонентів» [10, с. 31], а відтак інтерпретація як така є нерозривною єдністю процесу та результату з необхідними учасниками: адресат – інтерпретатор [10, с. 35]. Процедура КІА включає два етапи:

→ контекстуалізація 1) рівень автора – встановлення оригінального контексту, авторського задуму відносно до лінгвокультурних факторів і мовної картини світу, макро- та мікроконтексту реалізації досліджуваного концепту; 2) рівень реципієнта – вокабулярні та світоглядні можливості читача / слухача);

→ інтерпретація – з'ясування авторської інтенції та комунікативно-когнітивних стратегій впливу на реципієнта [35].

Розрізняють [14] внутрішню та зовнішню інтерпретацію. Предметом першої є дослідження одиниць за встановленими параметрами, тоді як друга передбачає виявлення зв'язки між позначуваним феноменом та одиницею на його позначення.

Як правило, виділяють [10, с. 31–35; 14; 34; 35] три основні підходи до інтерпретації тексту: 1) інтуїтивно-суб'єктивний (самоспостереження) – особистий досвід дослідника як носія мови; 2) описовий (спостереження) – опис формальних рис досліджуваного явища; 3) експериментальний – аналіз колективного лінгвістичного досвіду експериментальної групи учасників.

Алгоритм КІА передбачає такі етапи: 1) інвентаризація одиниць аналізу; 2) сегментація виділених одиниць на компоненти; 3) класифікація вибірки; 4) розподіл одиниць у групі за спільними ознаками; 5) інтерпретація та узагальнення.

Для виявлення специфіки ОЛО та їх зв'язків із контекстом пропонують [24, с. 731] такі етапи аналізу: 1) з'ясування пропозиційного наповнення ОЛО методом співставлення словникових дефініцій дериваційної основи та мотиваційної формули; 2) лінгвістичний експеримент, що виявляє співвідношення мотиваційної формули та виділених смислів у свідомості мовця та слухача; 3) аналіз семантики найменування.

Отже, КІА концентрує увагу на внутрішніх зв'язках тексту з макроконтекстом у нерозривній єдності з авторською інтенцією та адресатністю. Основними етапами такого аналізу є контекстуалізація, що займається встановленням зв'язків із

соціокультурним контекстом, та інтерпретація, у фокусі якої стратегічно-перцептивна спрямованість.

2.3.3 Методики функціонально-прагматичного аналізу. Функціонально-прагматичний аналіз передбачає застосування різних методик, серед яких: методика аналізу за безпосередніми складниками, методика аналізу кооперативних максим Х. Грайса, методика аналізу мовленнєвих актів Дж. Серля та Дж. Остіна та ін.

Методика аналізу за безпосередніми складниками за своїми стратегіями є близькою до дистрибутивного аналізу та застосовується для встановлення взаємозв'язків між словотвірною композицією лексичної одиниці та її синтаксично-функціональною роллю у вигляді структури взаємозумовлених компонентів. Цю методику розроблено у працях Л. Блумфілда, а надалі уточнено та допрацьовано пропонентами європейської школи дескриптивної лінгвістики (Р. Веллс, С. Четмен та ін.) [12]. Згідно з принципами аналізу за безпосередніми складниками одиниця аналізу членується до найменшого неподільного сегмента, що дозволяє виявити етапи й логіку творення аналізованого феномену. Процес сегментації зображується у вигляді структурованої схеми, де виділяється ядро й периферія в ієрархії складових лінгвістичного явища [12]. Методика аналізу за безпосередніми складниками не дозволяє перестановки компонентів та більше одного членування на кожному етапі сегментації. Відтак у центрі уваги перебуває лише кінцевий елемент останнього етапу. Так, у процесі усунення менш важливих і виділення основних елементів отримується «ядерна структура» явища. Другорядні або залежні елементи називають «маргіналами». Проте ця методика вважається дещо формалізованою.

Методика аналізу кооперативних максим передбачає дослідження комунікативно-прагматичних аспектів дискурсу [14]. Цю методику було започатковано британським лінгвістом Х. Грайсом, який запропонував постулати ефективної комунікації – так звані «кооперативні максими», спрямовані на покращення співпраці між співрозмовниками у процесі комунікативного акту [34, с. 373–374]. Кооперативні максими характеризують манеру, спосіб комунікації та мовленнєву поведінку

комунікантів за такими параметрами, як [34, с. 373–374]: 1) кількісно-інформативний аспект, метою якого є не перевантажити повідомлення надлишковими даними; 2) якісний аспект, спрямований на передачу максимальної правдивості комунікованого повідомлення; 3) релевантний аспект, що стосується відношення повідомлення та його відповідності темі розмови; 4) раціональний аспект, метою якого є запобігання амбівалентності, непрозорості та неефективності повідомлення.

Важливим аспектом є поняття мітігації (К. Кеффі), завданням якої є сприяти «психологічному комфорту учасників інтеракції» (*цит. за:* [34, с. 373–374]).

Методику аналізу мовленнєвих актів розроблено Дж. Серлем [105] і Дж. Остіном у 60-і рр. минулого століття. Лінгвісти запропонували якісно новий комплексно-діяльнісний погляд на теорію мовленнєвих актів. Дж. Остін уперше вжив термін «перформативне речення» та класифікував його у залежності від мети висловлювання, виділивши експліцитний та імпліцитний аспекти [34, с. 427]. Відповідно до концепції Дж. Остіна [34, с. 425], мовленнєвий акт є інструментом впливу мовця на слухача і включає три групи комунікативних операцій: локуція (висловлювання), іллокуція (задум та намір), перлокуція (результат та виконання іллокутива). Принагідно, дослідник виділив п'ять класів іллокутивних актів: 1) вердиктиви; 2) ексерзитиви; 3) комісиви; 4) бехабітиви; 5) експозитиви (*цит. за:* [34, с. 427]). Проте О. Селіванова вважає таку класифікацію дещо недопрацьованою.

У свою чергу, Дж. Серль [105] подав дещо відмінне бачення складу мовленнєвого акту: вимова, пропозиція (референція + предикація), іллокуція [34, с. 427]. Перлокуція, згідно з дослідником, є засобом передачі інтенції мовця, а не результатом мовленнєвої ситуації. Дж. Серль також увів у обіг поняття «фон» (ситуативний контекст) і «колективна інтенційність». Його класифікація мовленнєвих актів виглядає таким чином: 1) репрезентативи (асертиви); 2) директиви; 3) комісиви; 4) експресиви; 5) декларативи.

Зазначені методики функціонально-прагматичного аналізу використовуються у дослідженні комунікативно-когнітивного аспекту okazіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі.

2.4 Методика дослідження okazіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі

Комплексний аналіз лінгвокогнітивного та комунікативно-когнітивного аспектів okazіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі детермінує застосування поліпарадигмального підходу, що послуговується доробками, і, відповідно, методиками і техніками дослідження, поширеними у когнітивній семантиці, дискурсології і комунікативній лінгвістиці.

Методика комплексного аналізу лінгвокогнітивного та комунікативно-когнітивного аспектів okazіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі передбачає чотири послідовні етапи у проведенні дослідження.

Перший етап – це аналіз кінодискурсу як МТ із застосуванням загальнонаукових методів *індукції* і *дедукції*, емпірико-теоретичних методів *аналізу* й *синтезу*, а також методології когнітивно-дискурсивної парадигми, зокрема методів критичного *дискурс-аналізу*, *семіотичного* аналізу і *контент-аналізу*.

Зазначимо, що методика комплексного аналізу, запропонована у дисертаційному дослідженні, ґрунтується на наскрізному використанні методу КДА, з позицій якого кінодискурс розглядається як форма соціальної практики, співвідношення між мовою та ідеологією, яке завжди є дискурсивним, тому у витоках методу КДА не просто мова та її використання, а лінгвальні риси суспільних явищ і процесів на фоні соціального контексту [63, с. 271–280]. Використання КДА уможливило визначення характерних ознак кінодискурсу, який розглядається у дисертаційному дослідженні на прикладі драмедії «СТМ».

Термін «драмедія» широко застосовується у західній лінгвістиці та кінематографі, тоді як вітчизняні дослідники надають перевагу терміну «комедійна драма». Серед інших телевізійних жанрів виділяють [107] «чисті» жанри (теледрами, ситкоми (ситуаційні комедії), мелодрами чи «мильні опери», ток-шоу, фентезійні серіали, науково-фантастичні серіали, серіали про надприродне, сюрреалістичні серіали, детективні серіали, телевізійні колонки поради) і «гібридні» жанри (реаліті

шоу, реаліті комедії, документальні журналістські огляди, квіз-шоу інфотейнмент, крайм-тайм, таблоїд-тіві) [107, с. 179–191]. Характерно, що драмедію від ситуаційної комедії відрізняє відсутність сміху за кадром, часта зміна декорацій, більша кількість дійових осіб (у ситкомах головні герої взаємодіють на одній-двох локаціях) та відсутність саркастичного висміювання стереотипних проблем.

Формат драмедії з'явився на телеекранах у 80-і роки минулого століття з виходом на телеекрани серіалу «Детективне агентство «Місячне сяйво» [111], що здобув найвищу телевізійну нагороду Еммі у категоріях «Найкраща комедія» та «Найкраща драма». Для драмедії, про що свідчить сама назва, характерний органічний симбіоз типових рис телевізійної комедії та телевізійної драми (*табл. 2.1*).

Важливо відмітити, що для драмедії також характерними є певні мелодраматичні риси [106, с. 136], а саме:

- наявність «кліфхенгерів» (незавершеність епізодів – закінчення на кульмінаційному моменті з продовженням колізії лише у наступному епізоді);
- малоймовірні сюжетні повороти;
- значна увага на внутрішньосімейних стосунках і сексуальних зв'язках;
- обов'язковий хепіенд у вигляді церемоніальних ритуалів (шлюбу, возз'єднання родини і т.д.).

Персуазивна інформація подається у драмедії несерйозним, розважальним тоном, що сприяє запам'ятовуванню героя завдяки комічно висвітленій стереотипній поведінці, і комплексом вербально-невербальних засобів вимальовує образи героїв у свідомості адресата згідно з комунікативними інтенціями колективного автора .

Отже, драмедія – це гібридний жанр розважального телевізійного кіно, який поєднує драматичні та комедійні риси, знятий за поширеною формулою, що поєднує яскраво виражену візуальну стилістику та риторично-естетичний комплекс.

Залучення методу *семіотичного* аналізу МТ, мета якого – «декодувати багатозначний знаковий комплекс» [26], уможливило встановлення особливостей драмедії на кількох рівнях: носій інформації > аудиторія, аудиторія > культурний

контекст, власне медіатор сам із собою [20, с. 204–205]. Зasadничим принципом *семіотичного* аналізу кінодискурсу є інтердисциплінарність, що послуговується методологічною базою теорії дискурсу, міжкультурної комунікації, лінгвістики, історії, соціології, основні методи яких (семіотичний, інтерпретативний аналіз, інтроспекція, методи дискурс-аналізу) пояснюють взаємодію вербальної підсистеми з іншими семіотичними підсистемами [11, с. 51].

Таблиця 2.1

Симбіоз типових рис телевізійної комедії та телевізійної драми,
характерний для драмедії

Риси телевізійної драми	Риси телевізійної комедії
➤ серйозна проблематика	чотириактова наративна структура
➤ складні і різносторонні персонажі	повтори
➤ наявність ряду центральних персонажів, що взаємодіють протягом усього серіалу	кмітливі словесні перепалки
➤ часта зміна внутрішніх і зовнішніх декорацій	гіперболізованість зображуваних подій та перебільшені емоції
➤ завершені і самостійні сюжети окремих епізодів	музична та вербальна саморефлексивність
➤ наявність великої кількості «натури»	тривалість у 30 хвилин
➤ інтрига, що частково розв'язується у фінальному епізоді, проте фінал завжди відкритий (для потенційно нового сезону)	зміна гендерно-статевого статусу персонажів [96]
➤ середня кількість епізодів 20-26, що транслюються 1 раз на тиждень у час пройма-тайм – так звана стратегія «мережевого розкладу» (network schedule [44, с. 79])	у центрі – гумористична ситуація, що висміює популярний або негативний стереотип, навколо якої вибудовується конфлікт
➤ покадрова зйомка на кшталт ігрового кіно	➤ персонажі часто опиняються у центрі певної «комічної колізії» [55, с. 113], яку вирішують протягом 30 хв
➤ фактурне освітлення	➤ герої виступають соціально-культурними «стереотипами»
годинна тривалість	

Контент-аналіз розкриває зміст драмедії «СТМ» – драмедії за жанром [50; 51; 52; 55; 56], яка стала хітом на американському телебаченні через відверту сексуальність і неприховані подробиці інтимних експериментів чотирьох білих тридцятилітніх представниць вищого класу: журналістки Керрі Бредшо, власниці галереї Шарлотт Йорк, адвоката Міранди Гоббс та піар-менеджера Саманти Джонс. Драмедія зображує жіночу дружбу головних героїнь, їхні романтично-сексуальні пошуки та пов'язані з ними перипетії на тлі світського життя Нью-Йоркської богемі. Основними темами досліджуваної драмедії є міжособистісні відносини між статями, гендерні проблеми на фоні «третьої хвилі фемінізму» [56, с. 87], співвідношення кохання, романтики та сексу, дружби. Однак, попри дещо скандальний сюжет і непристойний лексикон героїнь, ідея «СТМ» – пошуки Містера Досконалості та неприхована «урбаністична самотність» [47, с. 235].

Зазначимо, що протягом перших чотирьох сезонів у драмедії «СТМ» переважають драматичні риси, тоді як останні два сезони тяжіють до мильної опери. Проте «СТМ» завжди вважали [106, с. 139] високоякісним телевізійним продуктом, насамперед, через подвійну цільову спрямованість: основна аудиторія – масовий глядач, але імпліцитно зазначену драмедію націлено на «освіченого, вишукано-інтелектуального професіонала, представника вище середнього класу, очікуванням якого є комплікований, стилістично складний і глибокопсихологічний телепродукт» [67, с. 56]. Відтак, драмедія «СТМ» концентрує увагу на актуальних проблемах своєї основної цільової аудиторії – стилі життя реалізованої молоді жінки вищих кіл Нью-Йорка, її романтично-сексуальних пошуках, призначенням жінки, її феміністичних переконаннях на протигагу традиційним цінностям.

Завдяки своїм інгерентним особливостям (експресивність, емоційність, інтертекстуальність) кінодискурс детермінує плідне виникнення оказіоналізмів і виступає середовищем їх реалізації, що й зумовлює вибір саме цього типу дискурсу для аналізу лінгвокогнітивного та комунікативно-когнітивного аспектів

оказіонального словотворення з метою пояснення лінгвокреативної діяльності мовної особистості у сучасному англomовному кінодискурсі.

Другий етап у застосуванні методики комплексного аналізу лінгвокогнітивного та комунікативно-когнітивного аспектів okazіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі – це аналіз способів okazіонального словотворення із використанням лінгвістичних методів аналізу.

Застосування методу *суцільної вибірки*, що супроводжувався методом *лексикографічної перевірки*, уможливило виявлення ОЛО у досліджуваному сценарії драмедії «СТМ» та укладання корпусу ОЛО у вигляді *письмового протоколу*. Параметром відбору ОЛО слугував *принцип неcodифікованості* [8]. Лексикографічна перевірка ґрунтувалася на використанні тлумачних словників англійської мови (див. список використаних лексикографічних джерел). Паралельно задіяно процедуру *дискурс-аналізу*, що передбачає формування *аудіопротоколу* корпусу ОЛО у досліджуваній драмедії за допомогою нарізки кадрів і відокремлення звукової доріжки (шляхом комп'ютерної програми *Windows Movie Maker 2.6.4038.0 (Free Video Editor)*). У результаті застосування зазначених методів сформовано корпус ОЛО у загальній кількості 2431 ОЛО.

Інтерпретаційно-текстовий і *контекстуальний* аналіз, а також загальнонаукові методи *спостереження*, *опису*, *систематизації* і *зіставлення* застосовано для аналізу тексту сценарію драмедії «СТМ» і виокремлення **оказіонально маркованих контекстів** (за аналогією з «трагедійно маркованими контекстами» В. Г. Ніконової [25, с. 104–113]) – фрагментів тексту, у яких сукупність мовних і позамовних чинників розкриває зміст актуалізованої ОЛО.

Оказіонально марковані контексти (далі – ОМК) відрізняються за своїм обсягом, який може дорівнювати:

→ висловленню (діалогічній або монологічній репліці), що складається з одного речення, зміст якого є достатнім для розкриття змісту актуалізованої ОЛО, наприклад: *I couldn't believe it. The man had slept with half-the-perfume-ads in September's 'Vogue'. Do they, do they know about this?* (S. 1, Ep. 2).

→ висловленню (діалогічній або монологічній репліці), що складається з кількох речень, наприклад: *In fact, it's a common belief that a relationship without pain is a relationship not worth having. To some, pain implies growth. But how do we know when the growing pains stop <...> .and the "pain-pains" take over?* (S. 2, Ep. 12).

→ діалогічному мікротексту, що складається з кількох діалогічних реплік, наприклад: – *Hello, gorgeous. In a wildly optimistic gesture, I ordered you a Dirty Martini.* – *Dirty Martini? Dirty bastard.* – *I've always wanted to do that, but I don't think I could pull it off. How did it feel?* – *Fabulous. But I woke up this morning even angrier. I need to hurt him more. I can't even be around that man. He's dangerous and toxic.* – *So, he's manthrax?* – *Arrogant prick.* – *I wonder what he was gonna say.* – *What could he say? That he loves me. That we belong together. That he didn't mean to hurt me.* – *People make mistakes. I cheated on Aidan. He gave me a second chance. And look how well that turned out.* – *That was different* (S. 5, Ep. 1).

У результаті застосування *інтерпретаційно-текстового* і *контекстуального* аналізу методом *суцільної вибірки* із досліджуваних текстів було виокремлено 1265 ОМК, у яких актуалізовано 2431 ОЛО (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Актуалізація оказіональних лексичних одиниць
в оказіонально маркованих контекстах із драмедії «СТМ»

Обсяг проаналізованого матеріалу (кількість умовних сторінок)	Оказіонально марковані контексти (ОМК)		Оказіональні лексичні одиниці (ОЛО)	
	Кількість ОМК	Відсоткове співвідношення (%) до загальної кількості умовних сторінок	Кількість ОЛО	Відсоткове співвідношення (%) до загальної кількості ОМК
2737	1265	45,9	2431	1,9

Досить висока частотність вживання ОЛО у драмедії «СТМ», про що свідчать кількісні показники їх контекстної актуалізації, – 42,9% ОМК в аналізованих текстах, у яких вживання ОЛО не є поодиноким, а в середньому становить 29,5%, – демонструє значну роль оказіонального словотворення як способу реалізації лінгвокреативності у щоденному спілкуванні.

Систематизація корпусу виокремлених ОЛО, визначення типів оказіонального словотворення і встановлення співвідношення між домінуючими та менш репрезентованими структурно-семантичними моделями ОЛО передбачає покроковий алгоритм дій на цьому етапі, який включає:

- застосування *структурного* методу, а саме *компонентного* аналізу, що дозволяє виявити мінімальні семантичні компоненти у семантичній структурі ОЛО;
- використання *словотвірного* аналізу з ціллю визначення морфемної організації ОЛО, що супроводжується ідентифікацією їх частиномовної приналежності шляхом використання *морфологічного* аналізу;
- здійснення процедури *транскрибування* ОЛО, що належить до інструментарію КДА, з метою виявлення просодичних характеристик ОЛО;
- залучення методу *фразеологічної ідентифікації* О. Куніна, що дозволяє виявити закономірності творення ОЛО, в основі яких алюзія, субституція чи розширення значення;
- звернення до *кількісного* аналізу, що надає змогу здійснити якісний аналіз корпусу ОЛО з подальшим теоретичним обґрунтуванням і логічними висновками щодо ступеню репрезентативності ОЛО і продуктивності способів їх творення;
- застосування *інтерпретаційного* аналізу з ціллю з'ясувати пропозиційне наповнення оказіонального найменування методом співставлення словникових дефініцій дериваційної основи та мотиваційної формули.

Методологічний інструментарій, задіяний у дослідженні способів оказіонального словотворення, уможливив систематизацію аналізованих ОЛО та визначення їх типів залежно від способу оказіонального словотворення – агреговані

ОЛО, конденсовані ОЛО і модифіковані ОЛО, які актуалізовано у виокремлених 743, 141, 396 ОМК відповідно (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Типологія okazіональних лексичних одиниць
залежно від способу okazіонального словотворення

Агреговані ОЛО		Конденсовані ОЛО		Модифіковані ОЛО	
Кількість ОЛО	%	Кількість ОЛО	%	Кількість ОЛО	%
1409	58%	267	11%	753	31%
Кількість ОМК	%	Кількість ОМК	%	Кількість ОМК	%
743	59%	141	11%	396	30%

Третій етап у застосуванні методики комплексного аналізу лінгвокогнітивного та комунікативно-когнітивного аспектів okazіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі – це аналіз когнітивної природи різних способів okazіонального словотворення із використанням методологічного інструментарію лінгвокогнітивної парадигми.

На цьому етапі залучено метод *когнітивного моделювання*, а саме методику *інтеграції ментальних просторів* М. Тернера та Ж. Фоконьє, з метою простежити когнітивно-мисленнєві процеси, що є основою ОЛО. Наприклад, конденсоване okazіональне словотворення як компресія словотвірної структури з подальшим «упакуванням» смислів на передачу мовного знання [17, с.112] можна проілюструвати okazіональним блендом *manthrax* (див. вище наведений приклад), утвореним зрощенням апокопи іменника *man* ‘людина, чоловік’ з аферезою іменника *anthrax* ‘сибірська виразка’, який представляє групу субституційних блендів і виражає порівняння ‘не людина, а язва’. Когнітивна природа бленду може бути схематично відтворена у такий спосіб (рис. 2.1).

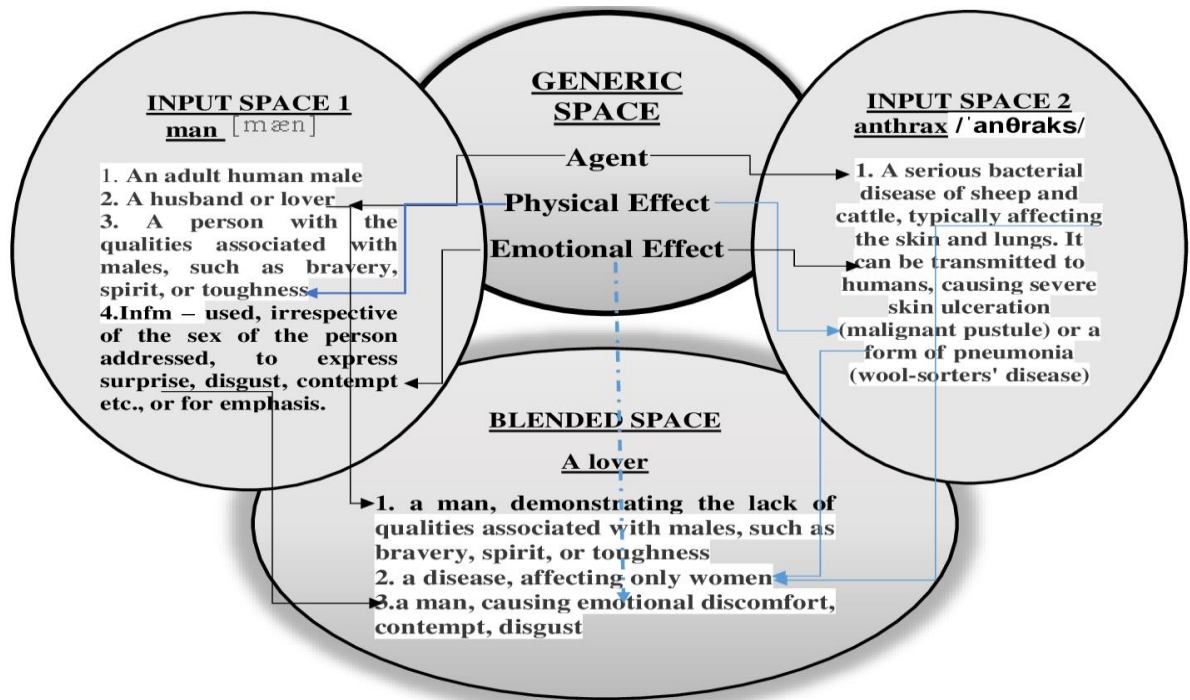


Рис. 2.1. Мережа концептуальної інтеграції оказіонального бленду *manthrax*

Четвертий етап передбачає застосування методологічної бази комунікативно-когнітивної парадигми з метою виявити та прослідкувати комунікативні сфери реалізації прагматичного потенціалу ОЛО у репрезентації різноманітних когнітивних схем відображення дійсності. Так, на цьому етапі використовувалися методики *конверсаційного аналізу*, *контекстуально-інтерпретаційного аналізу* і *функціонально-прагматичного аналізу*.

Розуміючи під кінодискурсом сукупність вербальних (власне кінотексту – сценарію, авторських ремарок у вигляді голосу за кадром) та аудіо-візуальних елементів як інструменту здійснення впливу на колективного адресата, стверджуємо, що комунікація у кінодискурсі здійснюється на двох рівнях: інтерперсональному та глибинному (табл. 2.4), оскільки, як зауважує Р. Дженні [82], кінодискурс передбачає «комунікацію не у власне фільмі, а через фільм (“in-film communication vs through-film communication”)

 [82, с. 86].

Таблиця 2.4

Модель комунікації у кінодискурсі

Глибинний рівень (невербальні кінемаграфічні прийоми (монтаж, сценарій, режисура, саундтреки) + бутафорія (<i>mimetic props</i>))	Інтерперсональний комунікативний рівень	Спільний репозитарій знань / культурно-нарративна арена	+<u>метареципієнт</u> (кінокритик, дослідник) – взаємодіє з колективним автором (безпосередньо)
			<u>Колективний адресат</u> (підслуховувач (власне глядацька аудиторія))
			<u>Персонаж – персонаж</u> (інтерперсонажна взаємодія за участю адресата, адресанта та «підслуховувача»)
			Колективний автор

Учасниками у нелінійному комунікативному акті є:

→ *колективний автор* і водночас *адресант*, під якими розуміють [96, с. 102] продюсерсько-режисерську групу, що включає гільдії чи об'єднання, відповідну кінокомпанію, продюсерський колектив, режисера та звукорежисера, сценаристів, знімальну групу, акторський склад, професійну команду (стилістів, костюмерів, художників-декораторів, консультантів, фінансового директора тощо);

→ *колективний адресат (підслуховувач* [81; 85; 86]), представлений глядацькою аудиторією;

→ *метареципієнт*, який стосується кінокритиків і дослідників певного фільму.

Для вирішення основного завдання дисертаційного дослідження – виявлення специфіки функціонування ОЛО на дискурсивному макрорівні [16, с. 57] на тлі мовленнєвих ситуацій у кінодискурсі з фокусом на їх стратегічній спрямованості та інтенційності вирішення поставлених комунікативних цілей – послуговуємося терміном «модель підслуховувача» (“overhearer’s / recipient’s design”) [55; 56], що позначає набір КС і супровідних кінемаграфічних прийомів для здійснення впливу

на глядача у відповідності до його соціального статусу, фонових знань, інтерпретаційних здатностей, і очікувань у межах відповідного виду дискурсу.

Так, розглянемо реалізацію КС маніпулятивної презентації інших персонажів на прикладі okazіонального бленду *manthrax* (див. вище наведений приклад). Героїні драмедії «СТМ» активно застосовують ОЛО з метою надання негативно-оцінної характеристики своїм колишнім коханцям або бойфрендам, з якими ніяк не налагоджуються серйозні стосунки. Отже, таким чином реалізується КТ негативної презентації інших персонажів. Оскільки в основі цієї КТ є негативне представлення іншого персонажа шляхом таврування його фірмових або типових рис, то застосується КП лейбеллінгу [76], що ґрунтується на висміюванні рис особи чи продуктів її діяльності методом використання експресивних номінацій, як-от експресивне порівняння *manthrax*, вербалізоване конденсованою ОЛО (*man* ‘чоловік’ + *anthrax* ‘сибірська виразка’). Таким чином, героїня Керрі таврує невірного коханця Саманти Річарда Райта, з яким її подруга тривалий час перебуває у «токсичних» стосунках (стосунки, що завдають психологічний дискомфорт одному з партнерів, «отруюють» його єство). З цієї причини Саманта в ініціалній репліці стверджує: *I can't even be around that man. He's dangerous and toxic.* А Керрі саркастично порівнює чоловіка з бактеріальним захворюванням: *So, he's manthrax?*

Оскільки ОЛО є невід’ємною складовою ідіостилю автора, мовної та концептуальної картин світу його мовної свідомості, віддзеркаленням глибинних змістів тексту та репрезентації авторської інтенції, ОЛО передусім виконують «образно-конкретизуючу функцію», а відтак формують «естетичні смисли тексту» [17, с. 104], впливаючи на адекватне сприйняття та розуміння тексту та сприяючи високому рівню прагматичності тексту. Причому варто врахувати специфіку кінодискурсу як МТ, де глядачі орієнтуються на аудіо-та візуальне сприйняття. Відтак, з метою встановлення аналогій та асоціативних зв’язків між досліджуваними ОЛО (особливо одиницями, утвореними внаслідок семантичного перенесення) застосовано інструментарій *контекстуально-інтерпретаційного* аналізу [34],

шляхом використання якого висвітлювалося взаємовідношення ОЛО з контекстом і способи відображення дійсності у кінодискурсі крізь призму авторського світобачення. Елементи *інтертекстуального* аналізу використано для встановлення асоціативних зв'язків ОЛО з широким історико-культурним фоном [105], політико-ідеологічним контекстом, світовою літературою.

З огляду на вищесказане, дослідження ролі ОЛО у реалізації комунікативних стратегій і тактик у кінодискурсі відбувається за такою схемою: *ОЛО і спосіб її творення* → *інформаційне навантаження ОЛО* → *стилістична фігура та її функція* → *комунікативний прийом* → *комунікативна тактика* → *комунікативна стратегія*.

Таким чином, поставлена мета – дослідження лінгвокогнітивного і комунікативно-когнітивного аспектів оказіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі – може бути реалізована за допомогою методики комплексного аналізу із залученням елементів критичного *дискурс-аналізу*, *контент-аналізу*, *семіотичного* аналізу мультимодального тексту методів лінгвокогнітивного і комунікативно-когнітивного аналізу, поряд із загальнонауковими й емпірико-теоретичними методами, за допомогою яких узагальнено та систематизовано теоретико-методологічні підвалини вивчення когнітивної природи оказіонального словотворення та зумовленої нею стратегічно-інтенційної спрямованості оказіоналізмів у кінодискурсі.

Висновки до другого розділу

1. Вивчення лінгвокогнітивного та комунікативно-комунікативного аспектів оказіонального словотворення у кінодискурсі, що здійснюється на прикладі телевізійної драмедії «СТМ», є комплікованим процесом, а отже потребує ґрунтового підходу шляхом застосування методики комплексного аналізу, що синтезує напрацювання як загальнонаукових, так і власне лінгвістичних методів дослідження трьох наукових парадигм, а саме: когнітивно-дискурсивної, лінгвокогнітивної і комунікативно-когнітивної.

2. Основними підходами у процесі аналізу є когнітивно-дискурсивний (із застосуванням методів критичного *дискурс-аналізу*, *семіотичного* аналізу і *контент-аналізу*) і комунікативно-когнітивний (із використанням методів *конверсаційного* аналізу, *контекстуально-інтерпретаційного* аналізу і *функціонально-прагматичного* аналізу), що представляють здатність ОЛО акумулювати смисловий потенціал і реалізовувати авторські комунікативні інтенції з метою здійснення маніпулятивного впливу на глядача.

3. Методологічний інструментарій лінгвокогнітивної парадигми у дослідженні okazіонального словотворення передбачає залучення методів *структурного*, *словотвірного*, *морфологічного*, *компонентного* аналізу, методу *лексикографічної перевірки* й аналізу за *безпосередніми складниками*, а також *інтерпретаційно-текстовий* і *контекстуальний* аналіз для виокремлення okazіонально маркованих контекстів.

4. До інструментарію лінгвістичного аналізу відносимо аудіопротокол, письмовий протокол, список умовних позначень, таблиці та графіки, що відображатимуть кількісні й якісні результати аналізу, сформовану вибірку, за якою пропонується укладання ОЛО у аналізованому матеріалі. Когнітивну природу okazіонального словотворення розкрито шляхом когнітивного мапування із застосуванням методики *інтеграції ментальних просторів*.

5. Методика комплексного дослідження зумовлюється нерозривністю когнітивного аспекту okazіонального словотворення (глибинного прихованого наповнення, закладеного у незвичну форму) з його комунікативним застосуванням (стратегічній спрямованості відповідної ОЛО у досліджуваному виді дискурсу). Так, функціонування ОЛО у кінодискурсі і специфіка природи кінодискурсу як такого полягають у висвітленні екстралінгвальних чинників, розгляд яких неможливий автономно від інших наук: соціології, культурології, політології, теорії кінематографу.

Основні положення та висновки другого розділу відбито в одноосібних публікаціях дисертантки [4, 5].

Список використаних джерел у другому розділі

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь. Гл. ред. В.Н. Ярцева. Москва: «Советская энциклопедия». 1990. С. 136—137.
2. Архангельська А.М. Методи компонентного аналізу та компонентного синтезу в сучасних ономаціологічних дослідженнях. Мовознавство. 2010. № 1. С. 45—53. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/MoZn_2010_1_6 (дата звернення 22.04.2018).
3. Воробйова О.П. Концептологія в Україні: здобутки, проблеми, прорахунки. Вісник КНЛУ. Серія: Філологія. Київ: 2011. Т. 14. № 2. С. 53—64.
4. Гайданка Д.В. Методика конверсаційного аналізу у дослідженні оказіонального словотворення у дискурсі кіно: матеріали міжн. наук.-практ. конф. «Історичні та духовні чинники консолідації української держави, нації та суспільства», Ужгород, 5–6 листопада 2015 р. Ужгород, 2015. С. 256—259.
5. Гайданка Д.В. Методика дискурс-аналізу в дослідженні оказіонального словотворення в кінодискурсі: матеріали міжн. наук.-практ. конф. «Мова та культура: сучасні аспекти співвідношення», Одеса, 20–21 листопада 2015 р. Одеса, 2016. С. 68—71.
6. Долгих Н. Г. Теория семантического поля на современном этапе развития семасиологии. Филологические науки. 1973. № 1. С. 89—97.
7. Жаботинская С.А. Концептуальный анализ: типы фреймов. Вісник Черкаського університету. Черкаси, 1999. Вип. 11. С. 12—25.
8. Зацний Ю.А. Неологізми англійської мови 80–90-х років ХХ століття. Запоріжжя: РА «Тандем-У», 1997. 396 с.
9. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва: Гнозис, 2004. 390 с.
10. Ким Л.Г. Модель интерпретационного процесса и факторы, детерминирующие вариативность интерпретационного результата. Вестник Томского государственного университета. 2009. № 318. С. 29—36.

11. Коваленко И.В. Интерсемиотический перевод в межкультурном аспекте: постановка проблемы. Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2011. № 2. Т. 2. С. 50—53.
12. Кочерган М.П. Вступ до загального мовознавства. Київ: Академія, 2006. 298 с.
13. Коцова А. Концептуальний аналіз: перспективи і переваги при вивченні художнього тексту. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации. 2013. Т. 26(65). № 1. С. 122—126.
14. Кравченко Н.К. Практическая дискурсология: школы, методы, методики современного дискурс-анализа: практическое пособие Луцк: Волыньполиграф, 2012. 251 с.
15. Краснобаева-Чорна Ж. Концептуальний аналіз як метод концептивістики (на матеріалі концепту життя в українській фраземіці). Українська мова. 2009. № 1. С. 41—52.
16. Криворучко С.И. Оптимизация речевого воздействия с позиций теории речевых актов. Вісник ХНУ ім. Н.В. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. 2015. Вип. 81. С. 56—67.
17. Курьянович А.В. Анализ прагматики окказиональных лексических единиц в эпистолярных текстах М.И. Цветаевой в аспекте читательского восприятия. Вестник Томского государственного педагогического университета. 2007. Вып. 2. С. 103—108.
18. Левицький В.В. Типи вибірок і типи шкал у лінгвістичних дослідженнях. Науковий вісник Чернів. ун-ту. Серія: Германська філологія. Чернівці, 2004. Вип. 206—207. С. 43—54.
19. Леонтович О.А. Методы коммуникативных исследований. Москва: Гнозис. 2011. 224 с.

20. Лотман Ю.М. Семиотика культуры и понятие текста. Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. Под. ред. В.П. Нерознака. Москва: Academia, 1997. 364 с.
21. Лотман Ю.М. Структура художественного текста. Москва: Просвещение, 1970. 384 с.
22. Макаров М. Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. Тверь: Изд-во Тверск. ун-та, 1998. 200 с.
23. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. Москва: Гнозис, 2003. 280 с.
24. Нагель О.В., Кокшарова Н.Ф. Использование производных оценочных наименований лица как выражение культурного языкового кода. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. Вып. 5. С. 728—733.
25. Ніконова В.Г. Трагедійна картина світу в поезиці Шекспіра. Дніпропетровськ: Вид-во Дніпропетровськ. ун-ту економіки та права, 2007. 364 с.
26. Палієнко А.М. Семіотичний аналіз медіатексту: теоретичні основи. Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки. 2013. Вип. 111. С. 225—228.
27. Пашинян И. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения. Научная периодика: проблемы и решения. 2012. № 3(9). С. 13—18.
28. Пименова М.В. Типы концептов и этапы концептуального исследования. Вестник Кемеровского государственного университета. 2013. 2(2). С. 127—131.
29. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. Москва: АСТ: Восток—Запад, 2007. 314 с.
30. Попова О.В. Передвиборчий дискурс США в динаміці англійської мови середини ХХ – початку ХХІ ст.: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови». Сумський державний університет. Суми, 2014, 252 с.
31. Рись Л.Ф. Медіа-дискурс як середовище концептуалізації іменникових композитів. Наукові записки Національного університету «Острозька

- академія». Серія: Філологічна. 2013. Вип. 38. С. 111—114. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2013_38_35 (дата звернення 30.04.2018).
32. Рудь Н.А. Компонентний аналіз у лінгвістичних дослідженнях. Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія: Філологічні науки (мовознавство та літературознавство). 2009. № 3. С. 91—96.
33. Саматова А.Р. Проблема установлення сем при компонентном анализе лексики. Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 7(188). Вып. 41. С. 133—136.
34. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля, 2011. 716 с.
35. Селіванова О.О. Методи дослідження тексту в сучасній лінгвістиці. URL: <http://bibl.com.ua/kultura/30708/index.html> (дата звернення 23.04.2018).
36. Скаб М. Методика концептуального аналізу: проблеми та вирішення. Науковий збірник ХДУ. Серія: Лінгвістика. Херсон: Вид-во ХДУ, 2006. Вип. IV. С. 356—360.
37. Стернин И.А. Антология концептов. Ред. И.А. Стернин, В.И. Карасик. Москва: Гнозис, 2007. 512 с.
38. Стернин И.А. Методы описания семантики слова. Ярославль, 2013. 35 с.
39. Усов Ю.Н. Медиаобразование в России (на материале экранных искусств). Доклад на российско-британском семинаре по медиаобразованию. Москва, 1995. 18 с.
40. Усов Ю.Н. Методика использования киноискусства в идейно-эстетическом воспитании учащихся 8–10 классов. Таллин: Научная книга, 1980. 125 с.
41. Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Идательство ТГПИ, 2010. 64 с.
42. Фрумкина Р.М. Есть ли у современной лингвистики своя эпистемология? Язык и наука конца XX века. Москва, 1995. С. 74—117.

43. Чернобровкина Е.П. Контент-анализ в лингвистических исследованиях. Вестник Бурятского государственного университета. 2011. Вып. 11. С. 125—129.
44. Четина М.М. Когнитивный анализ окказиональной номинации (на материале прозы Дж. Фаулза). Творчество молодых ученых. 2010. С. 155—158.
45. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. Пер. с итал. В.Г. Резник, А.Г. Погоняйло. Санкт-Петербург: Симпозиум, 2006. 544 с.
46. Anderson C. Television Networks and the Uses of Drama. Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader. Ed. by G. Edgerton, B.G. Rose. Lexington: University Press of Kentucky, 2005. P. 65—91.
47. Auster A. HBO's Approach to Generic Transformation. Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader. Ed. by G. Edgerton, B.G. Rose. Lexington: University Press of Kentucky, 2005. P. 226—246.
48. Barcus F.E. Communications Content: Analysis of the Research 1900–1958 (A content analysis of content analysis. Unpublished doctoral dissertation. University of Illinois. Urbana-Champaign. 1959. URL: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1049732305276687> (дата звернения 23.04.2018).
49. Bateman J.A. The Decomposability of Semiotic Modes. Multimodal Studies. Exploring Issues and Domains. Ed. by K.L. O'Halloran, B.A. Smith. London: Routledge, 2011. P. 17—38.
50. Bednarek M. Constructing Nerdiness: Characterisation in the Big Bang Theory. Multilingua. 2012. Vol. 31. № 2–3. P. 199—230.
51. Bednarek M. Expressivity and Televisual Characterization. Language and Literature. 2011. № 20(1). P. 3—21.
52. Bednarek M. The Stability of Televisual Character: a Corpus Case Stylistic Study. Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Film and Television Series. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam: John Benjamins, 2011. P. 185—204.

53. Berelson B. *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: Free Press, 1952. 220 p.
54. Brown P., Levinson S. *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p.
55. Bubel C. *The Linguistic Construction of Character Relations in TV Drama: Doing Friendship in Sex and the City: Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Philosophie. Der Philosophischen Fakultäten der Universität des Saarlandes*. Saarbrücken, 2006. 293 s. URL: http://scidok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2006/598/pdf/Diss_Bubel_publ.pdf (дата звернення: 24.04.2018).
56. Bubel C., Spitz A. One of the Last Vestiges of Gender Bias: The Characterization of Women through the Telling of Dirty Jokes in Ally McBeal'. *Humour: International Journal of Humour Research*. 2006. № 19 (1). P. 71—104.
57. Butsch R. Five Decades and Three Hundred Sitcoms about Class and Gender. *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Ed. by G. Edgerton, B.G. Rose. Lexington: University Press of Kentucky, 2005. P. 111—136.
58. Carley K. Content Analysis. *Encyclopaedia of Language and Linguistics*. Ed. by R.E. Asher. Edinburgh: Pergamon Press, 1990. Vol. 2. P. 725—730.
59. Chouliaraki L., Fairclough N. *Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999. 168 p.
60. Croft W., Cruse D. *Cognitive Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 356 p.
61. Dijk van T.A. *Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*. London: SAGE Publications Ltd, 2011. 2-nd ed. 432 p.
62. Dowty D. Word Meaning and Montague Grammar: the Semantics of Verbs and Times in Generative Semantics and in Montague's PTQ. Dordrecht: Kluwer, 1979. 415 p.

63. Fairclough N., Wodak R. *Critical Discourse Analysis. Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction. Vol. 2: Discourse as Social Interaction.* Ed. by T.A. van Dijk. London: Sage, 1997. P. 258—284.
64. Fairclough N. *Language and Power.* New York: Routledge, 2015. 264 p.
65. Fairclough N. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language.* Harlow. UK: Longman, 1995.
66. Fauconnier G., Turner M. *Conceptual Blending, Form and Meaning. Recherches en communication: Semiotique Cognitive.* 2003. № 19. P. 57—86.
67. Feuer M. *MTM Style. MTM: Quality Television.* Ed. by J. Feuer, P. Kerr, T. Vahimagi. London: BFI Publishing, 1984. P. 32—60.
68. Geeraerts D. *Componential Analysis. Encyclopedia of Language and Linguistics.* Oxford: Elsevier Science, 2006. 2-nd ed. P. 709—711.
69. Geeraerts D. *Introduction: A Rough Guide to Cognitive Linguistics. Cognitive linguistics: Basic Readings.* Ed. by D. Geeraerts. Berlin: Walter de Gruyter, 2006. P. 1—29.
70. Geeraerts D. *Theories of Lexical Semantics.* New York: OUP, 2010. 314 p.
71. Gitlin T. *Prime Time Ideology: The Hegemonic Process in Television Entertainment. Social Problems.* 1979. № 3. P. 251—266.
72. Gitlin T. *The Whole World is Watching: Mass Media and the New Left, 1965–70.* University of California. Berkeley, 1977. 359 p.
73. Goldkuhl G. *Conversational Analysis as a Theoretical Foundation for Language Action Approaches? Proceedings on the 8th International Conference on the Language Action Perspective on Communication Modelling. LAP–2003. The Netherlands. Tilburg. 1–2 July, 2003.* URL: <http://www.vits.org/publikationer/dokument/334.pdf> (дата звернення: 24.04.2018).
74. Hart C. *Cognitive Linguistics in Critical Discourse Analysis: Application and Theory.* Newcastle: Cambridge Scholars, 2010. 264 p.
75. Heritage J. *Garfinkel and Ethnomethodology.* Cambridge: Polity Press, 1984. 336 p.

- 76.Hobbs R., McGee S. Teaching about Propaganda: An Examination of the Historical Roots of Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education*. 2014. № 6 (2). P. 56—67.
- 77.Hodge R., Kress G. *Social Semiotics*. Cambridge: Polity. 1988.
- 78.Hodge R., Kress G. *Language as Ideology*. London: Routledge, 1993. 2-nd edition. 230 p.
- 79.Hsieh H., Shannon S. Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*. London: Sage, 2005. Vol. 15. № 9. P. 1277—1288.
- 80.Jackendoff R. *Semantics and Cognition*. Current Studies in Linguistics Series. MIT Press, 1983. 283 p.
- 81.Jaeckle J. *Introduction to Film Dialogue*. Columbia University Press, 2013. 288 p.
- 82.Janey R. *Pragmatics and Cinematic Discourse*. *Lodz Papers in Pragmatics*. Ed. by P. Chilton, M. Kopytowska. 2012. Vol. 8 (1). P. 85—113.
- 83.Katz J.J., Fodor J. The Structure of a Semantic Theory. *Language*. 1963. Vol. 39(2). P. 170—210.
- 84.Kayser J. *Le quotidien francais*. Paris: A. Colin, 1963. 171 p.
- 85.Kozloff S. *Invisible Storytellers: Voiceover Narration in American Fiction Film*. Berkeley: University of California Press, 1988. 180 p.
- 86.Kozloff S. *Overhearing Film Dialogue*. Los Angeles: University of California Press, 2000. 332 p.
- 87.Krippendorf K. *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Beverly Hills: Sage, 1980. 412 p.
- 88.Leeuwen T. *Discourse and Practice. New tools for critical discourse analysis*. Oxford: Oxford University Press, 2008. 172 p.
- 89.Lindkvist K. *Approaches to Textual Analysis*. *Advances in Content Analysis*. Ed. K.E. Rosengren, Beverly Hills: Sage, 1981. P. 23—41.
- 90.Lasswell D., Lerner D., Pool H. The Comparative Analysis of Political Ideologies. *Public Opinion Quarterly*. 1951—1952. Vol. 15. P. 715—733.

91. Maier C. Visual Evaluation in Film Trailers. *Visual Communication*. London: Sage, 2009. Vol. 8. P. 159—177.
92. Mazeland H. Conversation Analysis. *Encyclopedia of Language and Linguistics*. Ed. by K. Brown. Groningen: Elsevier, 2006. P. 153—163.
93. Mittel J. Cultural Approach to Television Genre Theory. *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Ed. by G. Edgerton, B.G. Rose. Lexington: University Press of Kentucky, 2005. P. 37—65.
94. Morgan D.L. Qualitative Content Analysis: A Guide to Paths not Taken. *Qualitative Health Research*. 1993. № 3. P. 112—121.
95. Newcomb H. Reflections on Television: the Most Popular Art. *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Ed. by G. Edgerton, B.G. Rose. Lexington: University Press of Kentucky, 2005. P. 17—37.
96. Newcomb H. Media Institutions. *The Creation of Television Drama. A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass-Communication Research*. Ed. by K.B. Jensen, N.W. Jankowski. London; New York: Routledge, 2002. P. 93—108.
97. O'Halloran K. *Multimodal Discourse Analysis: Systemic–Functional Perspectives*. London; New York: Continuum. 2004. 264 p.
98. Pecora N. The Changing Face of Children's Television. *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Ed. by G. Edgerton, B.G. Rose. Lexington: University Press of Kentucky, 2005. P. 91—111.
99. Pustejovsky J. The Syntax of Event Structure. *Cognition*. 1991. № 41. P. 47—81.
100. Rahimi F., Riasati M.J. Critical Discourse Analysis: Scrutinising Ideologically-Driven Discourses. *International Journal of Humanities and Social Science*. USA: Centre for Promoting Ideas. 2011. Vol. 1. № 16. P. 107—112.
101. Reeves M., Deimler. M. Adaptability: the New Competitive Advantage. *Harvard Business Review*. 2011 (July-August). P. 135—141.
102. Reeves R. *Reality in Advertising*. New York: Knopf, 1961.

103. Reeves T.C., Herrington J., Oliver R. A Development Research Agenda for Online Collaborative Learning. *Educational Technology Research and Development*. 2004. Vol. 52(4). 53—65.
104. Schegloff E.A. *Issues of Relevance for Discourse Analysis: Contingency in Action, Interaction and Co-participant Context*. *Computational and Conversational Discourse: Burning Issues – An Interdisciplinary Account*. Heidelberg: Springer Verlag, 1996. P. 3—38.
105. Searle J.R. *Intentionality*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. 278 p.
106. Seiter E., Wilson M.J. Soap Opera Survival Tactics. *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Ed. by G. Edgerton, B.G. Rose. Lexington: University Press of Kentucky, 2005. P. 136—156.
107. Simon R. The Changing Definition of Reality Television. *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Ed. by G. Edgerton, B.G. Rose. Lexington: University Press of Kentucky, 2005. P. 179—191.
108. Tudor A. Genre. *Film Genre Reader*. Ed. by B.K. Grant. Austin: University of Texas Press, 2003. P. 3—12.
109. Wierzbicka A. *Semantics, Culture and Cognition, Universal Human Concepts in Culture-Specific Configuration*. New York; Oxford: OUP, 1992. 325 p.
110. Wodak R., Meyer M. *Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory, and Methodology*. *Methods for Critical Discourse Analysis*. Ed. by R. Wodak, M. Meyer. London: Sage, 2009. 2-nd revised edition. P. 1—33.

РОЗДІЛ 3

ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОКАЗІОНАЛЬНИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ

Структурно-семантичний аналіз корпусу ОЛО у кіносценарії драмедії «СТМ» передбачає типологізацію отриманих ОЛО за морфологічними і неморфологічними способами словотворення. Словотвірну класифікацію ОЛО здійснено у відповідності до типологій, висунутих Р. Лібер [43], І. Плег [47], І. Улухановим [20] та П. Гогенгаусом [35; 36; 37]. Укладений корпус представлено композитами, афіксальними дериватами, конверсивами, контамінаціями, аналогічними okazіоналізмами, метафоричними та метонімічними утвореннями та змішаними одиницями (рис. 3.1).

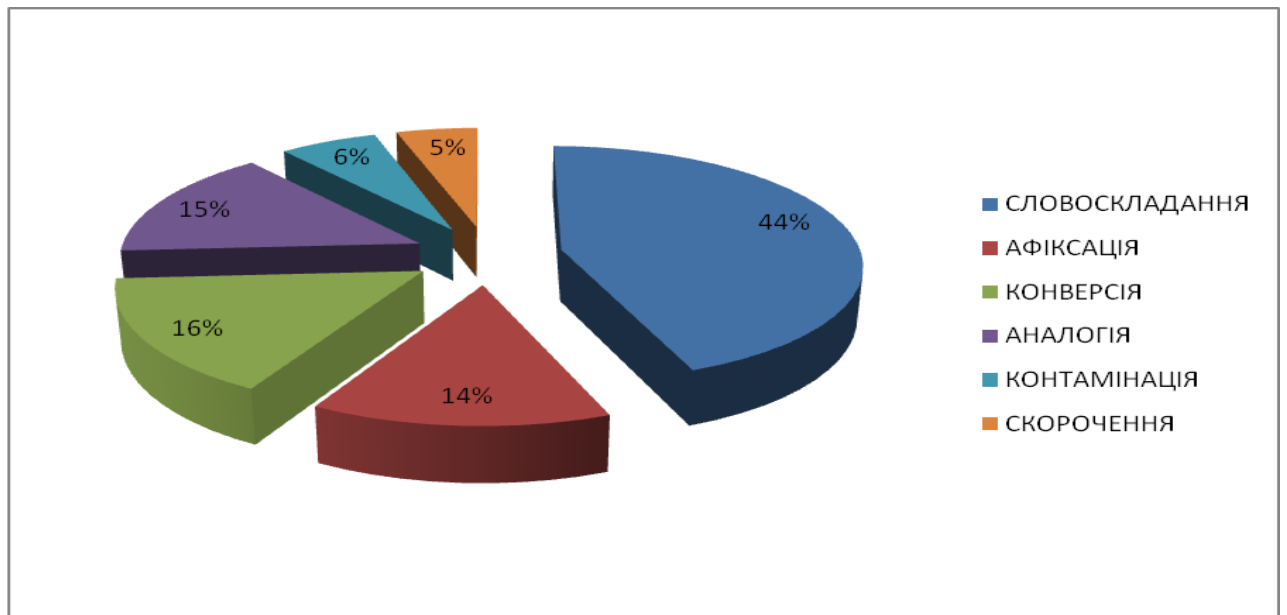


Рис. 3.1. Класифікація okazіональних лексичних одиниць у драмедії «Секс та місто» за способами словотворення

3.1 Лінгвокогнітивна природа агрегованих способів okazіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі

Кількісний аналіз корпусу ОЛО у драмедії «СТМ» показує, що найпоширенішими агрегованими способами їх творення є словоскладання та афіксація.

3.1.1 Осново- та словоскладання. У лінгвокогнітивній парадигмі, у руслі якої виконано дисертаційне дослідження, агреговане okazіональне словотворення розглядається як продуктивний механізм творення ОЛО, який передбачає нарощення смислів і квантів нового знання [5; 6; 7; 15], що ґрунтується на ЛП комбінації [15].

І. Улуханов [20] класифікує композитні ОЛО у три групи: 1) традиційні; 2) змішані; 3) власне okazіональні. До **традиційних** способів творення композитних ОЛО дослідник відносить слово- й основоскладання та зрощення; серед **змішаних** моделей композитних ОЛО визначає такі, як: 1) складання + префіксація; 2) складання + суфіксація; 3) префіксація + суфіксація + складання; 4) усічення + складання; 5) амредіта (редуплікація); 6) словоскладання; **власне okazіональними** способами творення композитних ОЛО вважає такі: 1) голофразис; 2) десубстантивація + складання; 5) неморфемне усічення + міжслівне накладання; 6) «псевдоетимологізація усного мовлення з комічним ефектом» або неморфемна заміна [23, с. 476]. Проте важливим є те, що в аналітичних мовах не диференціюють складання та зрощення [19].

Спираючись на класифікації С. Улуханова [20], І. Плег [46], П. Гогенгауса [35; 36; 37] та Р. Бенчес [29], виділяємо такі типи агрегованих композитних ОЛО, виокремлених із ОМК із драмедії «СТМ» (Додаток Б, *табл. Б.1*):

1) аддитивні ендцентричні (у пострадянській та вітчизняній лінгвістиці радше застосовують термін «прости» або «кореневі» [15] композити, а у західному мовознавстві побутує термін «правоядрові» [43; 46] композити, виражене іменником ядро яких займає фінальну позицію):

→ правоядрові ендоцентричні композити за моделями: **NN** (наприклад: *clam-mouth* ‘кляпорот’, *godmother-material* ‘хресноматеріал’, *impulse-purchase* ‘незапланована покупка’), **VN** (наприклад: *crybaby* ‘дівчина, у якої можна поплакатися на плечі’, *amuse-bouche* ‘ерогенно-розважальна зона’), **AdjN** (наприклад: *power-lesbian* ‘впливова лесбійка’, *gay-rumour* ‘гей-плітка’, *coolgal* ‘крутячка’);

→ антономазійні композити за моделлю **ProperNN** (наприклад: *Aidan-hour* ‘година, присвячена Ейденові’, *Trey-talk* ‘розмова про Трея’, *Manolos-obsession* ‘божевільне захоплення взуттям бренду Маноло Бланік’);

→ анафоричні композити з ядровим компонентом *thing* за моделлю **NN** (наприклад: *Charlotte thing*, *first-date-curse thing*);

→ неокласичні композити, за моделлю **NN** (наприклад: *retrorelationship* ‘ретровідносини’), що одним із компонентів мають грецький або латинський компонент;

→ копулятивні композити за моделями: **NN** (наприклад: *transgender-hooker* ‘трансповія’) і **NNN** (наприклад: *model-hustler-junkie* ‘зразковий негідник-наркоман’), що характеризуються відсутністю інформаційного ядра, оскільки усі компоненти абсолютно рівні семантично [46, с. 187] та позначають різні, проте рівносильні характеристики;

→ редуплікативні композити з двома ідентичними конститuentами за моделлю **NN** (наприклад: *pain-pain* ‘нестерпний біль’, *girl-girl* ‘гіпердівчина’, *vagina-schmagina*, *coulda-woulda-shoulda*);

2) аддитивні екзоцентричні композити, ядро яких виражене прикметником або дієсловом за моделями: **NAdj** (наприклад: *lover-ready* ‘готовий до нових стосунків’, *crush-proof* ‘коханнестійкий’) та **NV** (наприклад: *poolhang* ‘тинятися поруч із басейном’, *shoe-shame* ‘докоряти покупкою дорогого взуття’);

3) голофразис (наприклад: *don't worry-you'll-find-someone looks* ‘співчутливі погляди, спричинені відсутністю партнера’, *shower-after-sex phase* ‘фаза романтичних стосунків’);

4) **комполитні ОЛО змішаного типу** (відповідають поширеному в пострадянській лінгвістиці термінові «складнопохідні утворення» [15]):

→ **відвербальні композити**, що містять два кореневі компоненти – іменник і дієслово та формотворчий суфікс за такими моделями:

→ герундіальні композити за моделлю: **NVing** (наприклад: *bar-hopping* ‘працювати барменом одночасно у кількох забігайлівках’, *bed-hopping* ‘невпорядковане сексуальне життя, буквально: стрибання з ліжка в ліжку’);

→ партиципiальні композити за моделями: **NVing** (наприклад: *bodice-ripping* ‘сильнозбуджена жінка’, *funky-tasting* ‘огидний на смак’) і **NVed** (наприклад: *big-boobed bitch* ‘грудасте стерво’, *well-heeled socialite* ‘світська левиця на неймовірно високих шпильках’);

→ **парасинтетичні композити**, які містять два кореневі компоненти та дериваційний суфікс за моделлю **NN+суф** (наприклад: *core-shaker* ‘нутросколихувач’, *tongue-thruster* ‘язиковпихач, або чоловік, що дуже погано цілується’);

У досліджуваному корпусі 2431 ОЛО серед 1069 композитних ОЛО (44%) переважають адитивні ендосентричні словотворчі моделі – 662 ОЛО, 61%; змішані типи складають 232 ОЛО (11%); 310 ОЛО (28%) – голофразис із незвичним (оказіональним) змістовим наповненням, наприклад: *I-Screamed-When-I-Knew-What-You-Did-Last-Summer-On-Elm-Street type* (див. Додаток Б, *табл. Б.1*).

Всі види композитів адитивного та змішаного (парасинтетичні та відвербальні композити) типів умовно складаються з ядра – генеративного компонента та власне референта або носія ознаки, що позначає певний підвид денотата [27; 43; 47] (*табл. 3.1*). Обидва компоненти є носіями кванту знання (N_q , V_q , Adj_q), що прирощуються один до одного, утворюючи новий інформативний простір (Q_nN , Q_nV , Q_nADJ).

Аддитивні ендосентричні композити у виділеному корпусі ОЛО переважають, їх частка складає 61%. На основі здійсненого аналізу в англословному кінодискурсі найрепрезентативнішим типом словоскладання виявилися «**правоядрові ендосентричні композити**» [46, с. 186; 43, с. 376], ядровий

компонент яких є іменником і займає фінальну позицію; такі ОЛО представлено трьома основними моделями: **NN**, **VN**, **AdjN** [46, с. 186]. Найпоширенішими виявилися ОЛО за моделлю **NN** (443 ОЛО, 53,5%): *sex-sheet* ‘простирадло для еротичного побачення’, *purse-party* ‘вечірка, де гості вихваляються брендовими дамськими сумочками’, *sex-sprain* ‘секс-вивих’, *date-guru* ‘гуру у сфері залицянь’, *martini-guilt* ‘відчуття провини від надмірної кількості випитого мартіні’, *Nipple-council* ‘Рада із заборони оголених грудей’, *psycho-bitch* ‘істеричка-стерво’, *expiration-date* ‘прострочене побачення’), наприклад: *No, it's not him, it's me. I'm missing the bride-gene. I should be put in a test tube and studied* (S. 4, Ep. 15).

Таблиця 3.1

Моделі складання правоядрових ендоцентричних композитів
у драмедії «Секс та місто»

Ядро		Noun _q	Verb _q	Adjective _q
Референт (атрибут)	Noun	$N_q + N_q = QnN$	$N_q + V_q = QnN$	$N_q + Adj_q = QnADJ$
	Verb	$V_q + N_q = QnN / QnADJ$	-	-
	Adjective	$Adj_q + N_q = QnN$	-	$Adj_q + Adj_q = QnADJ$
	Preposition	$Pr_q + N_q = QnN / QnV$	$Pr_q + V_q = QnV$	-

Моделі **VN** (наприклад: *plaything* ‘секс-забавка’, *gotta-talk-girl* ‘приємна співрозмовниця’, *amuse-bouche* ‘ерогенно-розважальна зона’) та **AdjN** (наприклад: *uniball* ‘єдинойцевий’, *cocoabutterbitch* ‘стерво зі шкірою какао-масляного відтінку’, *Eurointellectual* ‘євроінтелектуал’, *Eurotrash* ‘євросміття’, *laterun* ‘пізньовстигання’, *bad-breakup girlfriend* ‘тимчасова дівчина для втіхи після припинення тривалих відносин’, *male-prostitute* ‘чоловік легкої поведінки’) виявилися значно менш продуктивними – 27 ОЛО, 2,5%, наприклад: *Trey sees you as his virginal wife, not as sexual plaything. You're not going to get anywhere until you change how he sees you* (S. 1,

Ер. 9). *What are you doing Saturday? – We have plans for Saturday. – How about a late-run? I'll call you. What is this late-run? – Doesn't translate* (S. 4, Ер. 5).

Проте значення ендоцентричних okazіональних композитів є контекстуально-зумовленим і розкривається в ОМК, як, наприклад, в епізоді 17 четвертого сезону “A Vogue Idea”: – *Come on, cookie, you're no quitter. And we get to work on this together. What do you say? – Why are you being so sweet? – Martini-guilt* (S. 4, Ер. 17). Героїня Керрі не може зрозуміти нетипової поведінки шеф-редактора журналу «Вог» Енід, яка, як правило, ставиться суворо і скептично до Керрі. Енід у респонсивній репліці вживає ОЛО *Martini-guilt*, натякаючи, що добряче перебрала мартіні напередодні і сьогодні її мучить виправдане почуття провини.

Серед ендоцентричних okazіональних композитів в аналізованому корпусі відзначимо групу **автономазійних композитів** (17 ОЛО, 1,5%), утворених за моделлю $PropN_q + N_q = QnN$ (де $PropN_q$ – фрагмент знання на позначення референта, що передається власним іменем, N_q – фрагмент знання на позначення генеративного компонента, QnN – новоутворений іменник, що містить квант інформації), де атрибутивним компонентом є власна назва, а саме ім'я чи прізвисько особи, наприклад: *Berger-date, Debbie-cake, Big-affair, Smith-rumour, see-Big-sickness, Katie-girl, Big-fight, Big-relationship*. В основі автономазійних композитів – ЛП юкстапозиції [15], що полягає у прирощенні певного фрагменту знання на позначення референта. Такі okazіональні композити ґрунтуються на гіпонімічних взаємовідношеннях між конститuentами [29, с. 2],

Часто утворення номінативних ендоцентричних композитів зумовлено когнітивним механізмом погіршення чи покращення значення, як наприклад *baglady*, що утворений за моделлю іменника чоловічого роду *bagman* ‘безхатько’ [53], проте контекст пояснює, що Керрі називає себе «безхатьком», але водночас «жінкою, що божеволіє від сумочок бренду Фенді»: *He's asking you to buy your apartment for the exact price he paid, or you can vacate and he'll sell it. Vacate? I'm homeless. I'll be a baglady, but a Fendi-baglady, a baglady* (S. 4, Ер. 16). Керрі наголошує, що не може оплатити

квартирну ренту, тому стане безхатком, проте володітиме надзвичайно дорогою сумкою Фенді, тобто відбувається меліоризація значення оригінального іменника.

Серед еноцентричних композитних ОЛО у досліджуваній драмедії кількісною (106 ОЛО, 13%) є група «фальшивих, або *анафоричних композитів*» (“dummy compounds” [36, с. 19]). Такий вид композитів, утворених за моделлю $N_q + N^{\text{empty}} = QnN$ (де N_q – фрагмент знання на позначення референта, N^{empty} – семантично-знебарвлене ядро), складається з «порожньої проформи», вираженої іменником *thing* та іншого субстантивного конститuenta, запозиченого з попереднього («анафоричні композити») чи наступного контексту («катафоричні композити»). Незважаючи на роздільне написання, ОЛО, утворені за такими моделями, вважають композитами [36; 29; 43; 46]. «Фальшиві композити» є широко поширеними у кінодіалогах, адже створюють ілюзію природньої спонтанної розмови, наприклад: *Look, I need to talk to you about this whole Miranda thing* (S. 6, Ep. 13).

У досліджуваному корпусі ще одним видом адитивних еноцентричних композитів є *неокласичні композити* [46, с. 198] з неядровим елементом латинського або грецького походження (18 ОЛО, 1,5%). За результатами здійсненого аналізу було виявлено складні іменники з формантами **retro-** (4) і **pseudo-** (4) в ініціалній позиції та **-therapy** (6) і **-mania** (4) – в фінальній позиції:

${}^{Lf}f_q + N_q = QnN$ (де ${}^{Lf}f_q$ – фрагмент знання на позначення референта, виражений латинським формантом), наприклад: *retrolove* ‘застаріле кохання’, *pseudolesbian* ‘несправжня лесбіянка’: *I understand that pseudo-straights from New Jersey have to get laid, but do they have to do it on my block?* (S. 3, Ep. 18). *That night, I started thinking about my retro-relationship* (S. 4, Ep. 10).

$N_q + {}^{Lf}f_q = QnN$ (де ${}^{Lf}f_q$ – фрагмент знання на позначення референта, виражений латинським формантом), наприклад: *McConaughy-mania, sex-therapy*: *I am exhausted from McConaughy-mania. I just wanna get into bed, go to sleep and pretend this whole day never happened* (S. 3, Ep. 13). *Hey, I don't need sex-therapy. I need new friends* (S. 3, Ep. 13).

У досліджуваному матеріалі виявлено 8 (1%) двокомпонентних *копулятивних композитів* [46], утворених за моделлю NN (QnN +QnN = QnN), наприклад: *halfman-halfwoman* ‘напівжінка-напівчоловік’, та 4 (0,5%) трикомпонентних ОЛО за моделлю NNN (QnN +QnN +Qn = QnN), наприклад: *mani-pedi-botox* ‘манікюр-педикюр-ботокс’, *model-hustler-junkie* ‘зразковий негідник-наркоман’) копулятивних композитів, наприклад: *A hop, skip and a week later <...> Gus Fiansent offered Smith a part of a model-hustler-junkie in his latest movie, which he happily accepted* (S. 6, Ep. 6). Для таких композитних ОЛО характерне накладання значень, що зберігає семантичну рівність обох компонентів [21, с. 9], відсутність ядра та написання виключно через дефіс. Копулятивні оказіональні композити можуть створювати оксиморон, наприклад: *There they were, Samantha's friendly neighborhood pre-op transsexual hookers. Halfman-halfwoman, totally annoying* (S. 3, Ep. 18). В основі таких композитів – ЛП «зштовхування несумісних чи протилежних концептів» [15], тобто новостворена ОЛО означає особу, що є водночас жінкою і чоловіком.

Редуплікація виявилася відносно продуктивним способом оказіонального словотворення у драмедії «СТМ», частка якого становить 9% (54 ОЛО). Аналіз структури редуплікованих ОЛО продемонстрував випадки повної редуплікації (тобто абсолютної ідентичності повторюваних компонентів) і часткової редуплікації зі зміною або кореневого голосного, наприклад: *yip-yap, zsa-zsa-zsu*, або приголосного шляхом додаванням афікса, складу чи ініціального буквосполучення *sch-*, наприклад: *judgey-wudgey, closey-wosey, vagina-schmagina, coulda-woulda-shoulda*.

Серед аналізованих редуплікованих ОЛО виділяємо, на основі класифікації Р. Кверка [24], п'ять семантико-категоріальних видів редуплікативів.

1. Звукоімітуючі редупліковані ОЛО, наприклад: *poof-poof, phew-phew*; як правило, це – двокомпонентні одиниці, що в ОМК застосовуються як основа для подальшого словотворення з подальшою конверсією, наприклад: – *Why do you need two doors for? Sometimes I'm in a hurry and it's just my escape route in case. – In case what? – In case rapists come in my bedroom window I see them in the mirror and then, phew-phew, I'm gone. – There's a whole lot of phew-phewing going on in that bathroom* (S. 4, Ep. 13).

2. Редуplikовані ОЛО на позначення періодичного та почергового руху (інколи зі зміною кореневого голосного), наприклад: *zsa-zsa-zsew* (S. 5, Ep. 8), *yip-yap* (S. 5, Ep. 6), наприклад: – *How do you sustain a relationship without the zsa-zsa-zsu? – The what? – That butterflies-in-your-stomach thing that happens when you not only love the person, but you gotta have them. Isn't that what gets you through the years? Even if it fades, at least you have the memory of the zsa-zsa-zsu* (S. 5, Ep. 8).

3. Оцінні редуplikовані ОЛО, що передбачають підсилення, інтенсифікацію меліоративного або пейоративного значення. При передачі меліоративного значення цікавими утвореннями видаються двокомпонентні редуplikовані ОЛО з двома ідентичними компонентами + димінутивний суфікс *-y- /ie*, наприклад, *Cutie-cute* (S. 2, Ep. 15), і трикомпонентні редуplikовані ОЛО, перший та останній компонент яких повторюється, а до другого додається димінутивний суфікс, наприклад, *drunk-drunkety-drunk* (S. 6, Ep. 3). Такі «експресивно-емоційні утворення» [15, с. 158] зазвичай виражають ентузіазм і захоплення одного зі співрозмовників чи загалом комізм ситуації, наприклад: *Meanwhile, I was finally confident I could heat up my sex life. Because I was a sex-columnist. I was resourceful. And I was drunk-drunkety-drunk* (S. 6, Ep. 3). При передачі пейоративного значення редуplikовані ОЛО виражають зневагу, применшення якості, наприклад, *puh-puh-puh* ‘бе-бе-бе’ (S. 6, Ep. 6) у відповідь на ініціальну репліку, що буквально означає ‘дурня, нонсенс, нісенітниця’; осуд, несхвалення, невдоволення, критику, як-от: *Judith Bitchy-Mc-Bitch* (жартівливе перекручення імені Judith McBain, відомої своєю норовливою вдачею (S. 4, Ep. 15), наприклад: *All we ever do is lie around, take baths together and talk about feelings. I think they call that a relationship. <...> All that emotional chow-chow. It's exhausting* (S. 3, Ep. 5). Слід відмітити, що у діалогічному мовленні обидва значення (меліоративне та пейоративне) можуть актуалізуватися в одному ОМК, наприклад: – *Big news. I have a star interested. Guess who. – I'm done guessing. – Matthew McConaughey. We're meeting him tomorrow at 3:00. Hot-hotty-hot. Meanwhile back In New York, Charlotte was dealing with a bed that was still cold-coldy-cold* (S. 2, Ep. 13).

4. Редуplikовані ОЛО, що імітують дитячу мову (афекціонативи, димінутиви *gina-wina*, *Mister-Mister*), як, наприклад, в епізоді “Babytalk is Cheap”, де герой Воррена застосовує дитяче мовлення для позначення статевих органів Саманти: *As a lover, Warren was fantastic, but as a communication strategist, he made one major mistake. – Samanfa, does your 'gina-wina want a widdle visit from my Mister-Mister? Samanfa, I wuv your titty-witties! Warren, would you please come out of there? Can we talk about this like adults? We're not finished. I was very closey-wosey. OK, you can call them titty-witties* (S. 2, Ep. 6). Водночас, редуplikовані ОЛО для імітації дитячого мовлення слугують евфемізмами, тобто персонажі драмедії жартівливо обігрують поняття, що вважається непристойним чи неприйнятним, не називаючи його, як-от: – *Ha, ha, it's so funny. My vagina's depressed. – I'm fine but Charlotte maybe your hu-hu would like an order of fries? I guess not. Thank you* (S. 4, Ep. 2).

5. Римовані редуplikовані ОЛО, наприклад: *cock-talk* (S. 3, Ep. 1), *coulda-shoulda-woulda* (S. 4, Ep. 11), *judgey-wudgey* (S. 5, Ep. 4). Зустрічається навіть один випадок *sch*-редупликації, у відповідності до якої, ідентично до *Идиш*, другий компонент вживається з ініціальним буквосполученням *sch*-, наприклад, *vagina-schmagina*. Застосування римованих ОЛО характеризує спонтанні комунікативні ситуації, що свідчить на жартівливу, навіть іронічну, налаштованість співрозмовників, наприклад: *In never-never land where people confuse a lack of talent with charm Miranda hated how he ordered her around <...>. – You really do live in never-never land, don't you? – Back to never-never Land. And by the way, never-never call me again* (S. 1, Ep. 14).

6. Редуplikативні композити (5 ОЛО, 0,5%) з ідентичними конститuentами [37, с. 367], наприклад: *pain-pains*, *girl-girl*, *Lauren-Lauren*. У структурі таких композитних ОЛО перший компонент, ідентичний до ядра, інтенсифікує значення ядра. У досліджуваному матеріалі редуplikативні композити утворено за такими прототипними моделями: $N_q + \text{id.c}N_q = NN = \text{справжній / реальний } N$ (де $\text{id.c}N_q$ – фрагмент знання на позначення референта, виражений ідентичним іменником); $\text{Adj}_q + \text{id.cAdj}_q = \text{AdjAdj} = \text{повністю, абсолютно } \text{Adj}$ (id.cAdj_q – фрагмент знання на

позначення референта, виражений ідентичним прикметником), наприклад: – *Hey. I really like this wall color. – Yeah. I can't take credit for that. That's Lauren. – Ralph Lauren? – No. Lauren-Lauren. My ex-girlfriend. She was the decorator* (S. 3, Ep. 3).

Аддитивні екзоцентричні композити класифікують [27; 27; 46] як посесивні композити, позаяк вони характеризують особу, що володіє певною ознакою, позначуваною неядровим компонентом складного іменника [25]. Такий різновид композитів, на відміну від ендоцентричних, не ґрунтується на гіпонімічних зв'язках між компонентами, а радше на метонімічних [51].

Аддитивні екзоцентричні композитні є менш кількісними у досліджуваному корпусі, адже складають 7% (61 ОЛО), серед яких ОЛО за моделлю **NAdj** з ядровим елементом, вираженим прикметником нараховують 28 ОЛО, наприклад: *lightning-quick* ‘блискавично-швидкий’, *relationship-savvy* ‘проникливий і обережний у стосунках із протилежною статтю’, *day-old* ‘застарілий на день’, *romance-intolerant* ‘романтиконенависник’, *baby-proof* ‘нелюбитель дітей’.

Відзначимо різновид складних прикметників **NAdj**, утворений за моделями: $N_q + Adj_q = QnAdj$; $V_q + Adj_q = QnAdj$ (де N_q , V_q – фрагмент знання на позначення референта, виражений іменником, Adj_q – фрагмент знання на позначення генеративного компонента) з ядровим формантом *-free* та *-friendly*, що більш характерно для спонтанного діалогічного мовлення завдяки тенденції до конденсації форми. За допомогою методик *безпосередніх складників* і *співставлення опозицій* такі оказіональні прикметники можна перефразувати як конструкції “free of...” та “friendly to, not causing inconveniences to...”, наприклад: *Later that night, I couldn't help but wonder, when the hell did dating become so dump-friendly?* (S. 3, Ep. 4) *That evening <...> Charlotte came home to the new male in her life. Fed up with lonely mornings, cuddle-free nights and the lack of unconditional love* (S. 2, Ep. 2). Також відмітимо, що у драмедії «СТМ» зафіксовано шість випадків використання власних імен у якості неядрового компонента: *And over on the East side at a more Charlotte-friendly bar, the ice tea princess began her quest for a white knight* (S. 3, Ep. 11), що

означає заклад, де не палять, і серед відвідувачів багато чоловіків-інтелектуалів вищого класу, а буквально – бар, що підходить для Шарлотт.

Кількісні показники екзоцентричних композитів, утворених за моделлю **NV / AdjV**, ілюструють невисоку продуктивність таких ОЛО у досліджуваному корпусі – 25 ОЛО, що становить близько 3%, наприклад: *powerlunch* ‘богемообід’, *shoeshop* ‘взуттешопити’, *fakecry* ‘фальшиво ридати’, *goodhumour* ‘розгуморити’.

У досліджуваній драмедії виявлено незначну кількість екзоцентричних композитів за моделлю **NN** (2%), що засновані на метафорично-метонімічних взаємовідношеннях між конститuentами. Р. Бенчес (*цит. за:* [29]) виділяє три типи таких зв’язків: 1) засновані на синекдосі, наприклад, *half-the-perfume-ads – perfume-ads* (S. 1, Ep. 1) позначає ‘моделей, що представляють бренди парфумів у рекламних кампаніях’, відповідно застосована синекдоха – представлення цілого його частиною; 2) засновані на метафорі, наприклад, *dick-candles* ‘свічки відповідної форми’ (S. 6, Ep. 8); 3) засновані на метонімії, наприклад, *Noseguy* буквально ‘носолікар’, тобто отоларинголог (S. 3, Ep. 11), *Knicksman* ‘чоловік, що носить спортивне взуття Knicks’, *Gucciguys* ‘хлопець з реклами Гуччі’, наприклад: – *He masturbates and he reads porn. When it comes to being with me, nothing. – Madonna-whore. – You think?* (S. 1, Ep. 9).

Серед композитних ОЛО з незвичним (оказіональним) змістовим наповненням **голофразисні конструкції** є достатньо продуктивним способом okazіонального агрегованого словотворення – 261 ОЛО, що становить 18%. Голофразис не є способом творення стандартних номінативних одиниць, які у перспективі можуть стати легітимною частиною узусу. Okазіональні голофразисні конструкції, як правило, надають автору / мовцю змогу структурно компресивним, проте семантично об’ємним способом назвати чи описати явище, маніфестуючи лінгвокреативність окремого мовця. Відтак суттю голофразису є згортання синтаксичної одиниці у лексичну з метою експресії, самовираження і мовної економії.

У лінгвістичній літературі не існує єдності щодо природи таких конструкцій поряд з іншими видами складних слів, а також до терміну на їх позначення. Така суперечливість надала поштовх появи цілої низки співвідносних термінів, а саме «штучні номінації» (О. Журавльов), «композиції-комплексні» (Б. Городецький), «відфразові зрощення» (І. Улукханов, А. Фадєєва), «універбація» (І. Ольшанський), «оказіональне зрощення» (Р. Намітокова), «голофразис» (В. Ізотов), «інтеграція» (В. Попова, Л. Рацибурська, Д. Гугунава), «вербалізовані номінальні конструкції» (М. Єфімова), «складні інфінітивні іменники» (Л. Корнілова), «лексикалізовані фрази» (І. Арнольд), «синтагми» (В. Щерба) (*цит. за:* [13]). Існує навіть термін «гайфенізація», тобто від англійського «написання через дефіс» [13, с. 14]. Лінгвокреативна природа голофразисних ОЛО, заснована на «взаємопроникненні концептуальної, мовної та художньої картин світу індивіда» [18, с. 188], полягає в апелюванні до творчого потенціалу як адресата, що продукує, так і адресанта, що інтерпретує таке утворення.

Голофразисні конструкції переважно застосовуються як стилістично-забарвлені епітети та характеризуються рядом графічних, структурних і стилістичних ознак.

За **графічними характеристиками** голофразисні конструкції можна поділити на дефісні та лапкові (недефісні) [1, с. 115]. У корпусі досліджуваного матеріалу (1070 ОЛО) значно переважають дефісні конструкції – 217 ОЛО, 19%, які утворено переважно від різних типів речень, наприклад: – *I want to be call-girl-meets-Park-Avenue* (S. 3, Ep. 16). Лапкові голофразисні одиниці, які головним чином походять від словосполучень, зустрічаються достатньо спорадично – 17 ОЛО, 1%, наприклад: *After a few “get to know each other” phone calls Samantha took up Mr. Cocky on his offer of a friendly drink* (S. 5, Ep. 4). Однак, слід відзначити, що графічне оформлення жодним чином не впливає на зміст зазначених ОЛО.

Структурні характеристики голофразисних конструкцій викликають чимало суперечок у мовознавчих колах. Існує думка, що трьохкомпонентні одиниці слід називати «відфразовими зрощеннями» [14, с. 13]. Відфразові зрощення за будовою

співвідносяться з синтаксичними конструкціями. Їх структурна подібність до голофразисних утворень залишається невирішеним питанням у лінгвістичних розвідках. Однак, уважають [13; 14], що для відфразових зрощень характерна лімітована кількість компонентів (максимально 4), тоді як голофразисні конструкції таким обмеженням не підлягають. На нашу думку, така диференціація є доцільною виключно під час розгляду складних одиниць у діахронії. Відтак, надалі послуговуватимемося найбільш поширеним терміном «голофразисні конструкції» для найменування трьох- та більше компонентних ОЛО. Багатокомпонентні голофразисні ОЛО переважають, нараховуючи близько 211 ОЛО, 99%, та видаються більш експресивними й інфомісткими, на відміну від трьохкомпонентних конструкцій (6 ОЛО, 0,5%), утворених від словосполучень.

За своєю структурою голофразисні ОЛО в аналізованому корпусі можна типологізувати у залежності від твірної основи.

1. Утворені від **речення**, яке, у свою чергу, класифікується за рядом критеріїв:

→ за метою висловлювання та характером ставлення до зображуваної дійсності:

а) розповідні стверджувальні, наприклад: *Adeena Williams was my <...> former food editor. And the chef and proud owner of Fusion, a restaurant whose specialty was a mingling of trendy food with soul food. Martha-Stewart-meets-Puff-Daddy-on-a-plate (S. 2, Ep. 9);*

б) розповідні заперечні, наприклад: *Samantha did something only Samantha could do. She threw an l-don't-have-a-baby shower<...> to let everyone know she was fabulous (S. 1, Ep. 9);*

в) питальні, наприклад: – *He's standing there giving me the “what's-the-big-problem?” eyes. I don't understand, like it's my problem (S. 1, Ep. 12);*

г) окличні, наприклад: – *Linda Fiorentino fucking that guy up against the chain link fence. – And never having one of those ‘Oh-my-god.-What-have-I-done?’ epiphanies (S. 1, Ep. 1);*

д) наказові, наприклад: – *Guess what? The guest book person is also the put-the-gifts-in-the-van person (S. 1, Ep. 7);*

→ за кількістю предикативних одиниць та типом зв'язку:

а) прості, наприклад: – *You know, I have to be honest. I'm not sure I really believe in therapy. I'm more of a "solve-your-own-problems" kind of gal* (S. 1, Ep. 13);

б) складні, складносурядні, наприклад: – *Miranda we're the only single people anywhere. – Are you telling me that you didn't see all those "Don't-worry-and-you'll-find-someone looks?"* (S. 4, Ep. 18);

в) складні, складнопідрядні, наприклад: – *How much do you like him? – A lot. "Dating-a-few-months-until-somebody-better-comes-along" a lot or "marrying-and-moving-to-East Hampton" a lot?* (S. 1, Ep. 4); – *What type of movies do you compose for? – Really bad ones. The "I-Screamed-When-I-Knew-What-You-Did-Last-Summer-On-Elm-Street types* (S. 1, Ep. 16).

2. Утворені від **словосполучення** з різними типами зв'язків, а також від сталих та ідіоматичних виразів:

а) словосполучення сурядного типу, наприклад: *As we took a swig from our pony-necked beers <...> I remembered another type of twenty-something guy. – So, what's it like to kiss with that thing in? – "The really good kisser" guy* (S. 1, Ep. 4); – *Sure, all religions are sweet <...> until you get to that shower-after-sex phase* (S. 1, Ep. 12);

б) словосполучення підрядного типу, наприклад: *Later that week, I brought "the single ladies coalition to elect Bill Kelley" to a fundraiser* (S. 2, Ep. 2); – *I missed you guys. – Us? – The pathetic, live-for-the-moment New York single girls <...>.who think that life is a Jacqueline Susann novel?* (S. 1, Ep. 10).

За **лексико-семантичними характеристиками** оказіональні голофразисні одиниці є доступними для адресата, тому не потребують більш розгорнутого контексту для тлумачення їх значення. Їх інтерпретація здійснюється за допомогою співставлення готових голофразисних конструкцій зі співвідносними аналогами у вигляді синтагм і ціліснооформлених синтаксичних конструкцій. Наприклад: *"poor single you" looks* (S. 1, Ep. 2) = looks that express pity

У відповідності до їхніх **лексико-граматичних** характеристик голофразисні конструкції у досліджуваному матеріалі представлено двома видами категоріального значення: 1) номінативні голофразисні ОЛО, що передають значення предметності, наприклад: *The Man-With-No-Soul* (S. 1, Ep. 3), *Idiot-Stick-Figure-with-No-Soul* (S. 1, Ep. 18), *freakin' Annie-get-your-clothes-on, everything-but-girl* (S. 2, Ep. 3), *the-world-according-to-bride* (S. 2, Ep. 11), *call-girl-meets-Park-Avenue* (S. 2, Ep. 16) та 2) ад'єктивні голофразисні ОЛО зі значенням якості й непроцесуальної ознаки, наприклад: “*poor single you*” *looks* (S. 1, Ep. 2).

Відповідно, семантичний аналіз ад'єктивних голофразисних конструкцій у досліджуваному матеріалі дозволив виділити такі категоріально-семантичні моделі (услід за О. Пономарьовою [18]), що позначають:

а) характеристики й якість явища, наприклад: *the-sex-on the-first-date curse* (S. 1, Ep. 6), *impossible-to-get-into restaurants* (S. 1, Ep. 14);

б) спосіб або манеру дії, наприклад: *eager-to-please-do-what-l-tell-you-to sex* (S. 1, Ep. 2), *dating-a-few-months-until-somebody-better-comes-along a lot* (S. 1, Ep. 4), “*one-man-at-a-time*” *pattern* (S. 1, Ep. 13);

в) алюзію (імплікатуру) на витвори мистецтва, літературні твори, відомих персонажів кінофільмів і власне самі назви фільмів:

→ без зміни компонентів, наприклад: *Robin-and-his-Merry-Men* (S. 4, Ep. 1); *Some-Like-it-Hot* (S. 4, Ep. 7) – алюзія на культову стрічку «У джазі тільки дівчата»: *And just like that, we went from Some-Like-It-Hot to Some-Like-Us-Not*);

→ із зміною компонентів із метою жартівливого ефекту, наприклад: *Much-Ado-About-Up-My Ass and Long-Day's-Journey-Up-My-Ass* (S. 3, Ep. 18) – алюзії на комедію В. Шекспіра “*Much Ado about Nothing*”/«Багато галасу з нічого» та драму Ю. О'Ніла “*Long Day's Journey into the Night*”/«Довгий день переходить у ніч»; *Crouched-Charlotte-hidden-hammer* – алюзія на кінофільм “*Crouching Tiger, Hidden Dragon*”/«Тигр підкрадається, дракон ховається»: – *Trey and I made out in the movies. – That is retro. – That's not all we did. In the middle of the movie, I gave him a blow job, in*

the theatre. Wow, Crouched-Charlotte-hidden-hammer (S. 3, Ep. 3). Інтерпретація прихованого змісту таких лексичних утворень можлива завдяки контекстуальному й інтертекстуальному аналізу.

У багатьох випадках у складі голофразисних одиниць наявна ненормативні лексика, наприклад: *stick-up-his-ass preppy* (S. 3, Ep. 15), *Richard's-A-Prick day* (S. 3, Ep. 18), *come-fuck-me heels* (S. 4, Ep. 1), *I-hope-that-fucker-doesn't-break-my-heart-again diamond* (S. 4, Ep. 2), *shit-motherfucker-fuck-shit situation* (S. 5, Ep. 5). Нецензурні компоненти, як правило, позбавлені лексичного значення і функціонують як експресивні прагматично-маркерні складові, які виражають ставлення мовця до дійсності та переважно передають емоційний настрій мовця. Крім того, засилля обценної лексики є індикатором розмовного стилю.

За результатами аналізу, голофразис є високопродуктивним способом okazіонального словотворення у драмедії «СТМ», оскільки драмедія є надзвичайно сприятливим середовищем для виникнення голофразисних конструкцій, адже вона ґрунтується на паттернах живого мовлення, де чітко прослідковуються тенденції до конденсованої форми на тлі збільшення інформативної потужності.

Композитні ОЛО змішаного типу, які, на відміну від аддитивних, містять два кореневі компоненти та дериваційний чи формотворчий суфікс, що змінює граматичний клас отриманого композита, представлено відвербальними та парасинтетичними композитними ОЛО.

Відвербальні композити [29], або «оказіональні складнопохідні утворення» [15, с. 98], складають 11% усіх ОЛО. Найпродуктивнішими є *герундіальні композити*, ядровий компонент яких є похідним від дієслова *NVing, NVen, NVed*. За кількісними підрахунками продуктивними є моделі $N_q + V_q + gr\ suf -ed = QnAdj$ та $N_q + V_q + gr\ suf -ing = QnAdj$ (де N_q – фрагмент знання на позначення референта, виражений іменником, $gr\ suf$ – формотворчий суфікс).

Партиципiальні композити, що представляють дієприкметники теперішнього чи минулого часу, де неядровий перший компонент специфікує

значення ядрового, утворені за моделями: $N_q / Adj_q + V_q + gr\ suf^{-ed} = QnAdj$, наприклад: *cashmere-swaddled proof*, *marabou-covered Samantha*, *best-laid plan*, *sun-filled room*, *dirty-haired Guccigu*; $N_q / Adj_q + V_q + gr\ suf^{-ing} = QnAdj$, наприклад: *finger-licking*, *mind-altering*. Відносно продуктивними виявилися ад'єктивні композити з ядровим конститuentом **-looking**, наприклад: *sex-looking*, *Jennifer-Lopez-looking*. Такі композитні ОЛО є експресемами [3], адже виражають додаткове експресивне навантаження.

Герундіальні композитні ОЛО є «екстеріоризаційними» утвореннями (“exteriorisation” [48]), тобто надають формального обрамлення відпроцесуальним явищам. У когнітивному плані внутрішні міжкомпонентні зв'язки у композитах даної моделі ґрунтуються на відношенні комплементарності [5; 6; 7] (значення ядрового відвербального компонента уточнюється неядровим номінативним компонентом) за моделлю: $N_q + V_q + gr\ suf^{-ing} = QnN$, наприклад: *bar-hopping* ‘стрибання з бару до бару’, *bed-hopping* ‘ліжкострибання’, *art-talking* ‘балачки про мистецтво’, *expiration-dating* ‘залицяння з простроченим терміном дії’, *agenda-pushing* ‘підганяння графіку’, *tea-bagging* ‘вид сексуальної практики’, *soul-searching* ‘душокопання’. Наприклад, у діалозі епізоду “The Catch” Саманта та Керрі дискутують про різні види побачень. Керрі скаржиться, що роман тривалістю у кілька побачень – це не справжній роман, описуючи такий спосіб залицяння відвербальним композитом *expiration-dating* ‘процес залицянь із простроченим терміном дії’: – *He was funny and cute. – And in town for a week. – <...>That is the point. It's the best possible scenario. – But it's like whatever happens, there's an expiration-dating. – It isn't dating. It's sex* (S. 6, Ep. 8). У відвербальному герундіальному композиті номінативний компонент специфікує значення відвербального.

Парасинтетичні композити містять у своїй структурі мінімально дві кореневі морфеми та дериваційний суфікс за моделлю $N_q + V_q + suf^{-er} = QnN$. Найпродуктивнішими є ОЛО, утворені за зазначеною моделлю з суфіксом **-er**, наприклад: *hand-holder* ‘чоловік, що веде жінку за руку’, *party-pooper* ‘псувач

вечірок’, *hormone-whisperer* ‘заклинателька гормонів’, *singles-mixer* ‘вечірка, де присутні як пари, так і самотні люди’. Такі ОЛО, як правило, утворюються від словосполучення у попередній репліці (діалогічне мовлення) чи попередньому контексті (монологічне мовлення) і передбачають «структурно-семантичні відношення присудок–додаток» [15, с. 99], наприклад: – *And that phrase “great love”, what does it even mean? It means a love that changes you, that shakes you to your core after which you're never the same. How many great loves have you had? – Zero. – Really? What about Steve? – Steve's a friend, not a core-shaker* (S. 5, Ep. 1). У наведеному діалозі між Мірандою та Шарлот остання запитує, чи зазнала Міранда справжнього кохання, що «сколихнуло її нутро» (*shakes you to your core*), чим ініціює репліку з ОЛО *core-shaker* ‘нутросколихувач’, утвореним від дієслівного словосполучення *shakes you to your core* за моделлю $N_q + N_q + \text{sup} -\text{er} = \text{QnN}$.

За результатами кількісних підрахунків малопродуктивними (12 ОЛО, 1%) є парасинтетичні композити з суфіксами **-ist**, **-ite-**, **-y/ie**, наприклад: *date-rapist* ‘той, хто зриває побачення’, *lower-Manhattanites* ‘нижньоманхетенці’, *Miss Atlantic-Slutty* ‘Місс Атлантикоповія’, *Atlantic-Titty* ‘Місс Найкращі Груді Атлантики’.

Отже, характерною рисою усіх типів композитів у драмедії «СТМ» є динамічна єдність потужного смислового навантаження та сконденсованої форми, а мовленнєві патерни драмедії, наближені до розмовної мови, часто надають поштовх виникненню нових ОЛО, як правило, конверсивів та одиниць, утворених за аналогією, позаяк сама форма складного слова стає підґрунтям для подальшого оказіонального словотворення. Оскільки ендосентричні композити представляють найчисленнішу групу оказіональних композитів досліджуваного корпусу, видається справедливим стверджувати, що оказіональне словотворення у сучасному англійському кінодискурсі на прикладі драмедії «СТМ» переважно має номінативний характер і передає аксіологічне ставлення мовця до об’єкту номінації чи дескрипції.

3.1.2 Афіксація. Афіксальні ОЛО, частотність вживання яких складає 15% від загальної кількості досліджуваних ОЛО, є достатньо кількісною групою у

досліджуваному матеріалі – 365 ОЛО, яку представлено префіксальними, суфіксальними, циркумфіксальними та інфіксальними дериватами. Дистрибуцію афіксальних дериватів у драмедії «СТМ» показано на *рис. 3.2*.

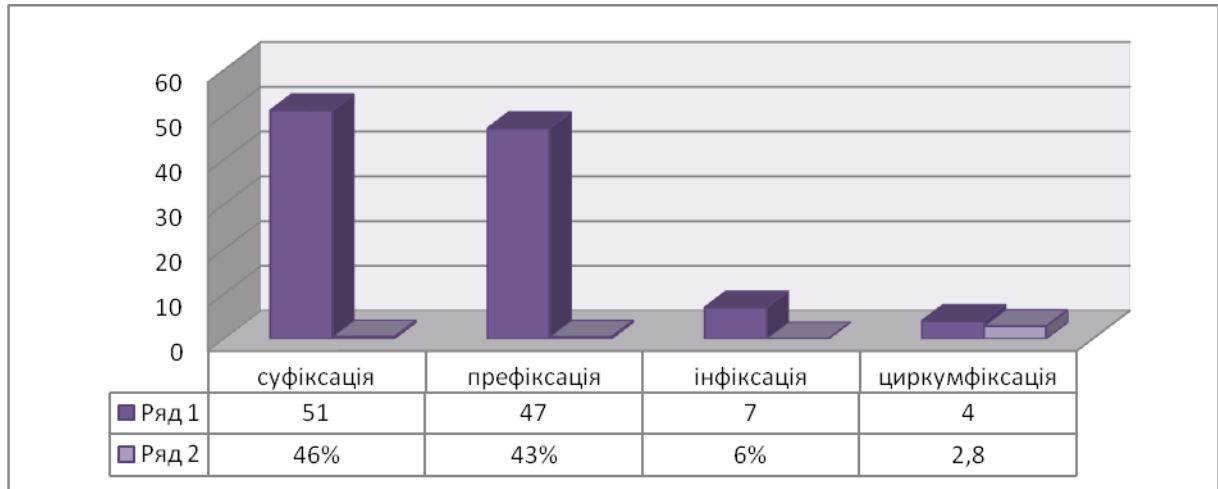


Рис. 3.2. Дистрибуція афіксальних okazіоналізмів у драмедії «Секс та місто»

Суфіксація (46% ОЛО) та префіксація (43% ОЛО) виявилися майже ідентично продуктивними у процесі творення ОЛО, що корелює з тенденцією, яка була помітною в англійському словотворенні уже з середини 20 ст. [49, с. 432].

Структура афіксальних okazіональних дериватів може бути репрезентованою нижченаведеною схемою (*рис. 3.3*), де [**X**] – графічна форма лексичної одиниці, \X\ – її фонологічна репрезентація, **A** – мотивуюча база, **B** – дериват, ^X – семантичне наповнення лексичної одиниці:




Рис. 3.3. Репрезентація структури афіксальних okazіоналізмів

У функціональному плані префіксація виконує «концептуальну модифікацію», а суфіксація відповідає за дещо складніший процес «концептуальної рекатегоризації» (цит. за: [2]).

Суфіксація. В основі когнітивної природи суфіксального okazіонального словотворення «тематична конотація, що передбачає прирощення кванту знання до існуючої лексеми» [6, с. 13], тому для тлумачення когнітивної сутності okazіональної суфіксальної одиниці необхідно з'ясувати значення як мотивуючої твірної лексеми, так і дериваційного афікса (див. *рис. 3.3*). Квант інформації прирощується як до традиційної твірної бази (73%), так і до ненормативної чи сленгової (27%), і може супроводжуватися пейорацією значення.

Найпродуктивнішим виявився *-y/ie* (18 ОЛО, 5% від загальної кількості афіксальних ОЛО). Зауважимо, що суфіксальні деривати на *-ie* рідко є носіями лексичного значення, відмінного від твірної основи. Переважно це «експресивні деривати» [28, с. 199]: димінутиви, пейоративи й афекціонативи, утворені за моделями: $Nq + \text{suf}^{-y/ie} = QnN$; $Advq + \text{suf}^{-y/ie} = QnAdv$:

<i>indeed</i>		<i>indeedy</i>
[ˈɪndiːd]		[ɪnˈdiːdi]
Adv		Adv + <i>-ie/y</i> = Adv ^{with the same meaning}
^застосовується для акцентування чи підтвердження сказаного з димінутивною конотацією^		^аналогічне значення, димінутивна конотація^

Наприклад: – *Don't go anywhere. I'll be back.* – *He's kind of cute.* – *He's kind of an asshole.* – *Really?* – *Yes, indeedy. He seems great* (S. 3, Ep. 16).

Водночас суфіксальні ОЛО з *-ie/y* можна розглядати і як гумористичні утворення, оскільки у зазначений суфікс додається до сленгової і нецензурної твірної основи, наприклад: – *You're funny. You remind me of my mom.* – *Bye-bye.* – *Evening, miss.* – *Ahoy, matey. Nice dickey* (S. 5, Ep. 1).

Суфікс **-er** (10 ОЛО, 4% від загальної кількості афіксальних ОЛО) є агентивним, оскільки вказує на виконавця дії та утворює нові одиниці за моделлю $N / Adv_q + -er = QnN$ ^{agent of the action or state} Квант інформації щодо агента дії прирощується до традиційних твірних основ, наприклад, *fiveam-er* ‘людина, яка постійно прокидається о п’ятій ранку’:

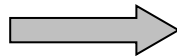
fiveam

[faiv'eim]

Adv

^ *early in the morning* ^***fiveam-er***

[faiv'eimə]

Adv+ -er = N ^{agent of the action or state}^ *One who wakes at 5 am to get to work on time* ^

Наприклад: – *I'd love to ask you to spend the night, but I've got an early flight to DC. – The fiveam-er? (S. 1, Ep. 17).*

Також відмітимо один приклад оказіонального суфіксального деривата з суфіксом **-er**, названий П. Гогенгаусом «морфологічною витівкою» (“morphological fad” [37, с. 370]), утворений додаванням суфікса до складного слова чи голофразисної конструкції, наприклад: *going-to-bed-late-am-er* (S. 5, Ep. 7). Такі ОЛО не мають нового лексичного значення, а є лише різновидом креативної мовної гри.

Суфікс **-less** (8 ОЛО, 3,5%) утворює відіменникові прикметники зі значенням «позбавлений / що не володіє» та віддієслівні прикметники зі значенням «непотрібність зазначеної дії / недоцільність» за моделлю $Nq + -less = QnAdj$ ^{not having, without}, наприклад: *dateless, sexless*. Особливістю ОЛО із суфіксом **-less** є те, що суфікс прирощується до іменникових основ, які досить неприродно звучать у мовленні та частіше вживаються з прийменником “without”:

label

['leɪb(ə)l]

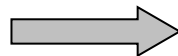
N

^ *бренд або марка модного дому* ^***label-less***

['leɪb(ə)ləs]

N + -less = Adj ^{not having}^ *відсутність логотипу*

та афіліації до модного бренду ^



Наприклад: *And the way we decided to get married, it was all business. No romance.*

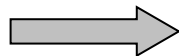
<...> *And in the end, Carrie Bradshaw married John James Preston in a label-less dress* (Movie 2) – недизайнерський виріб, причому застосовується прийом пейорації, адже Керрі сама собі не вірить, що така славнозвісна модниця вийшла заміж у недизайнерському виробі.

Суфікс **-licious** (8 ОЛО, 3,5%) у сучасній англійській мові майже втратив статус морфеми, ставши комбінаторною формою. З іншого боку, для інтерпретації ОЛО із суфіксом **-licious** необхідним є мікро- або навіть макроконтекст. Суфікс передає значення неймовірної привабливості або захоплення чимось: **N_q + -licious = QnAdj** ^{extremely delightful}. Мотивуючою основою є ненормативні іменники на позначення частин тіла, наприклад: *bootilicious*, *dickalicious*, та власні назви, наприклад: *bradylicious*:

Brady

['breɪdɪ]

N



Bradylicious

['breɪdɪ'lɪʃəs]

N_q + -licious = QnAdj ^{extremely delightful},

^ власне ім'я, син Міранди ^

^ солодкий Бреді ^

Наприклад: – *What's wrong Brady? Did you drop your binky? Where's your binky?*

Oh it's right there. Here you go Bradilicious (S. 6, Ep. 8).

Суфікс **-able** (3 ОЛО, 1%) додається як до стилістично-нейтральних, так і до ненормативних перехідних дієслів, що позначають романтичні та статеві відносини для формування прикметників, що є носіями значення «придатний до, відповідний» (**V_q + -able = QnAdj** ^{suitable for}), наприклад: *datable*, *fuckable*:

date

['deɪt]

V



datable

[deɪtəb(ə)l]

V_q + -able = QnAdj ^{suitable for}

^ романтична зустріч, побачення ^

^ придатний для романтичних побачень ^

Наприклад: – *We're just friends. I don't put my dick in you. – Another one of these and I might let you. – There are no datable men here* (S. 3, Ep. 1).

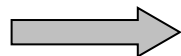
Малопродуктивними виявилися деривати з суфіксами **-wise** (2 ОЛО), **-esque** (2 ОЛО), **-ness** (2 ОЛО), наприклад: *fabulousness*, *togetherness* та **-ical** (1 ОЛО), наприклад: *cashmere-ical*, кількість яких склала близько 2% від загальної кількості афіксальних ОЛО. Суфікс **-esque** утворює відіменникові прикметники зі значенням подібності «виконаний за манерою, подібно до», наприклад: – *You changed your hair. – It's just straightened. Have we met? – No, I've seen your column. In that photo, your hair is free flowing and Botticelli-esque* (S. 2, Ep. 11). Суфікс **-wise** утворює відіменникові прикметники зі значенням подібності та прислівники способу дії, наприклад: – *Are you okay? – Yes. Yes. Nothing accident-wise or anything. But it was an accident.* (S. 4, Ep. 7). Суфікс **-ness** утворює іменники зі значенням «якість» або «відповідний стан» і додається, як у нижчезазначеному прикладі, до прислівникової твірної основи за моделлю **Advq + -ness = QnN**, наприклад: – *What is the ideal living situation for two people in a relationship? – I have my place, you have yours. We're together when we want to be, we're apart when we want to be. Ever since Woody Allen described waving to Mia Farrow across the Park single men in Manhattan had yearned for that kind of separate togetherness* (S. 2, Ep. 11). Суфіксальна ОЛО у наведеному ОМК і утворений завдяки цій ОЛО оксиморон означає «окрема разомість», тобто Керрі та Містер Біг потребують більше особистого простору у відносинах, тому продовжують мешкати в окремих квартирах, априорі вважаючись парою.

Суфікс **-ical** утворює прикметники, головним чином, від запозичених іменників, створюючи гру слів, засновану на омонімії, наприклад: – *Happy birthday, Carrie. – It's beautiful. – It's 100 percent Italian cashmere and light as a feather. – God, I love it. – It's "cashmere-ical." – \$900 for a scarf? No! Do you mind if I return it? I can really use the cash. – Why do you think they call it "cash-mere"?* (S. 2, Ep. 2).

cashmere

[kæʃmɪə]

N



cashmere-ical

[kæʃ'miə(r)ikəl]

Noun ending in -y/e + -ical = Adj

of the same quality

^якісна м'яка шерсть Кашмірського цапа^

^вироблений з кашеміру^

Відтак okazіональний прикметник *cashmere-ical* означає не стільки дамський шалик з індійського кашеміру, а невиправдано дорогий дизайнерський виріб, що явно не вартує марно витраченої готівки: *cash-mere*.

Отже, суфіксація проілюструвала відносно невисоку продуктивність у досліджуваному матеріалі, складаючи близько 6,5% від усіх ОЛО, виокремлених із ОМК у драмедії «СТМ». Твірні основи – традиційні, проте відсоток ненормативних за змістом достатньо високий, що зумовлено специфікою та проблематикою серіалу.

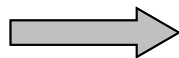
Префіксація. За результатами аналізу, префіксація виявилася продуктивним способом словотворення у досліджуваній драмедії – 47 ОЛО, 43% від загальної кількості афіксальних ОЛО. Найпоширенішими випадками префіксації стали деривати з *un-*, *non-* та *re-* та комбінаторними формами *super-* та *mega-*. Підвалиною префіксального okazіонального словотворення є ЛП акцентування [15], адже прирощення нового фрагменту знання не змінює граматичного статусу одиниці, а надає нового відтінку значення.

Найпродуктивнішим виявився префікс *non-* (14 ОЛО), що, на відміну від *un-*, позначає радше відсутність ознаки, ніж заперечення, та формує okazіональні префіксати за моделлю **non- + Nq = QnNoun^{of lack of quality}**. Є більш виразним і конотативно-забарвленим, ніж *un-*:

date

['deɪt]

N



non-date

['nɒn'deɪt]

non- + Nq = QnN^{lack of quality}

^романтичне побачення^


^відсутність рис романтичної зустрічі^

Наприклад: – *Would you have dinner with me? – I thought you didn't date. – I don't. It would be a non-date* (S. 2, Ep. 3).

Слід відзначити, що ОЛО з префіксом *non-* може кілька разів повторюватися в одному діалозі, видозмінюватися, слугувати базою для подальшого словотворення за аналогією та вивільнення афікса, наприклад: *There was nothing “non” about it* (S. 2, Ep. 3). Таке наскрізне вживання показує, що ОЛО з префіксом *non-* відіграє роль

лейтмотиву даної комунікативної події, наприклад: – *Maybe. – Is that a yes? – Let's call it a non-no. – Normally I'd try to get upstairs, but since this is a non-date <...> So no kiss. – Maybe a non-kiss. A week and three non-dates later Samantha summoned us to make an announcement* (S. 2, Ep. 3).

Префікс **un-** (9 ОЛО) утворює іменники, прикметники з заперечним значенням, наприклад: *uncool, unspecial, unfuckable, unball* за моделлю **un- + Nq/Adjq = QnN/Adj^{the opposite meaning}**. Як правило, префікс **un-** приєднується до традиційних твірних основ, проте ОЛО зазвичай є експресивними контекстуальними антонімами існуючих лексичних одиниць із пейоративним забарвленням (виражають зневагу, іронію, сарказм), як, наприклад, okazionalnyi іменник *uninnocence*, що буквально означає ‘далеко не невинність’:

<p><i>innocence</i> [ˈɪnəs(ə)ns] N</p>		<p><i>uninnocence</i> [ʌnˈɪnəs(ə)ns] un- + Nq = QnN^{the opposite meaning}</p>
<p>^незіпсованість; чистота; невинність ^</p>		<p>^стан зіпсованості, відсутність невинності^</p>

Наприклад: *Welcome to the age of “uninnocence”. No one has ‘Breakfast at Tiffany’, and no one has ‘Affairs to Remember’. Instead we have breakfast at 7am, and affairs we try to forget as quickly as possible* (S. 1, Pilot).

Також зауважимо, що в основі вищезазначених okazionalnyi префіксатів – алюзія, тобто префікс **un-** приєднується до іменників-компонентів відомих власних назв чи ідіоматичних виразів: *the age of “uninnocence”* походить від “The Age of Innocence” – драма «Епоха невинності» 1957 р., *unoriginal sin* – від біблійного терміну *original sin* ‘первородний гріх’.

Префікс **re-** передає значення повторної спроби чи зробленої заново дії за моделлю **re- + Vq/Nq = QnN / QnV^{repetition of a process}**. У фактичному матеріалі майже у всіх випадках префікс **re-** передає іронію чи сарказм, адже приєднується до дієслів та іменників, які апріорі не передбачають значення повторності:

virginization

['vɜːdʒɪnɪ'zeɪʃ(ə)n]

N

^процес відновлення цнотливості^

**re-virginization**

[rɪ 'vɜːdʒɪnɪ'zeɪʃ(ə)n]

re- + Nq = QnN repetition of a process

^перевідновлення незайманості^

Наприклад: – *You know what you should write about? Re-virginization. Did you know there are women who are actually having their vaginas re-stitched to make them like new again?* (S. 2, Ep. 15), де *re-virginization* ‘відновлення невинності переважно хірургічним шляхом’.

Оказіональні префіксати, утворені за допомогою префіксів *super-* та *mega-*, ґрунтуються на когнітивній операції акцентування та позначають вищу міру ознаки, наприклад: *superkid*, *supersex*, *superhigh*, *super-fun*, *megaorgasm*, *multidating*, або відмінну якість, наприклад: *supergrass*, *megaclient*: – *You know what would go with this song? – Roller skates? No. Canadian supergrass. Six times stronger than pot and 400 bucks an ounce.* (S. 3, Ep. 15). У наведеному ОМК оказіональний префіксат *supergrass* позначає вид легких наркотиків із нереальним ефектом – ‘супертрава’, ‘диво-трава’. В одному випадку префіксація навіть супроводжується редуплікацією (*super-super-supergentle*) з метою гіперболізації.

Незначними (1%) є випадки вживання префіксів *pre-* (2 ОЛО), *post-* (2 ОЛО) та *anti-* (1 ОЛО: *antiromance*), *de-* (1 ОЛО: *defiance*), *mis-* (1 ОЛО: *miskiss*), причому зазвичай зі значень таких оказіональних префіксатів виникає гра слів. Наприклад, герой Чарлі у епізоді “Shortcomings” ділить своє життя на 2 періоди: до розлучення з дружиною Леслі та після нього, буквально: «долеслівський і постлеслівський період», тобто квант знання прирощується до власного імені, що є нетиповим вживанням зазначених префіксів, наприклад: – *Charlie, the muffins are great, but I'd much prefer a nice dry martini. – But Nana always made muffins to cheer you up. – That was pre-Leslie. Post-Leslie, I need a cocktail. Where's your vodka?* (S. 2, Ep. 15).

Отже, префіксація також виявилася відносно продуктивним способом оказіонального словотворення порівняно зі словоскладанням. Найпродуктивнішими

стали префікси *re-*, *un-*, *non-*, що прирошуються як до нейтральних, так і до нецензурних твірних основ і паралельно підсилюються грою слів, або меліорацією чи пейорацією значення, унаслідок чого виникає мовна гра.

Циркумфіксація та інфіксація. Цікавим способом okazіонального словотворення стала й циркумфіксація (термін, запропонований В. Головіним [9]) – одночасне приєднання до твірної основи і префікса, і суфікса, наприклад: – *It's official. The estrogen has left the building. – Okay, I am pulling an interfriendtion. – I...have planned a full day and night of big Abu Dhabi fun. I am gonna turn this interfriendtion into an interfuntion* (Movie 2, Cocktail for Two).

1) *friend*

[ˈfrend]

N

^особа, з якою виникає дружня симпатія^

2) *fun*

[fʌn]

N

^задоволення^

interfriendtion

[ɪntəˈfrendʃ(ə)n]

inter- + N + -tion = Noun^{of action}

^заведення друзів закордоном^

interfuntion

[ɪntəˈfʌnʃ(ə)n]

inter- + Noun + -tion = Noun^{of action}

^приємне проведення часу закордоном^

Відсутність у лексикографічних джерелах одиниць *friendtion* and *funtion* надає підстави вважати дані okazіоналізми циркумфіксальними ОЛО, які позначають ‘процес пошуку друзів в іншій країні’ та відповідно ‘пошук розваг за кордоном’.

Малочастотними (4 ОЛО, 0,5%) є й «експлетивні інфіксальні утворення» [37, с. 366] з головними компонентами *-fucking-* та *-bloody-*, наприклад: – *Is that maybe a little young? – I don't know. Exactly how old do you think I am? And not that it matters <...> but I am 50-fucking-2 and I will rock this dress* (Movie 2).

Отже, афіксація виявилася високопродуктивним способом okazіонального словотворення у досліджуваному кінодискурсі. Префіксація та суфіксація продемонстрували майже ідентичну частотність (43% та 46% від загальної кількості афіксальних ОЛО відповідно), тоді як циркумфіксація та інфіксація виявилися

значно менш продуктивними. Варто зауважити, що okazіональні афіксальні деривати значною мірою утворюються за аналогією, тому значення морфеми часто нівелюється на користь оригінального звучання, навіть якщо одиницю утворено за продуктивними словотвірними моделями. Другим важливим аспектом є те, що афіксальні деривати утворюються окремими індивідами (незважаючи на високий рівень стилізації у кінодискурсі), а ОЛО, утворені у такий спосіб, вважаються креативними, а не продуктивними [27]. Відтак маємо усі підстави вважати вищезазначені аналізовані одиниці okazіоналізмами.

3.1.3 Лінгвокогнітивне конструювання значення агрегованих okazіональних лексичних одиниць. Інтерпретація семантики ОЛО у сучасному англомовному кінодискурсі ґрунтується на сукупності когнітивних інструментів, які услід за представниками вітчизняної (Є. Бойко [4], В. Бялик [5; 6; 7], К. Никитченко [15], О. Новиков [17]) та західної (Дж. Лакофф, М. Тернер [41], З. Кевечеш [39], Р. Ленекер [42]) когнітології розглядатимемо як структуровану ієрархію дій у процесі творення ОЛО. Запропонований К. Никитченко [15] алгоритм okazіонального словотворення можна представити таким чином: $ЛП \rightarrow ЛО \rightarrow ЛМ$, де $ЛП$ передбачає застосування послідовності когнітивних операцій у процесі продукування ОЛО, $ЛО$ позначає низку дій, спрямованих на творення відповідного образного засобу, а в свою чергу під $ЛМ$ розуміємо «ментальний устрій перетворення організаційної ієрархії одних одиниць в ієрархію інших» (цит. за [15, с. 44]). Заключним етапом запропонованого алгоритму є лінгвокогнітивне моделювання значення відповідної ОЛО.

Крізь призму когнітології проілюструємо когнітивне моделювання значення агрегованих ОЛО в ОМК: – *I'm on the one-a-day Fruity Pebbles plan. Women our age shouldn't joke about vitamins. – Women who are not our age shouldn't say “women our age”. – Well, one day very soon you will thank me. I am leading the way through the menopause maze. With my vitamins, my melatonin sleep patches, my bioidentical estrogen*

cream, progesterone cream, a touch of testosterone. – She's the hormone-whisperer. – I am. I've tricked my body into thinking it's younger. Okay, go ahead, laugh. It's working. By the time you ladies are 50, I'll be 35 (Movie 2).

У наведеному ОМК вживається okazіональний парасинтетичний композит *hormone-whisperer*, утворений складанням двох іменникових основ *hormone* та *whisperer* за моделлю $N_q + N_q + \text{suf}^{-er} = QnN$. В основі агрегованого ОЛО – **ЛП структурно-семантичної аналогії** [6, с. 154], позаяк композит *hormone-whisperer* виник за аналогією з назвою кінодрами Роберта Редфорда “Horse-Whisperer” («Заклинатель коней», 1998, у якій головний герой є талановитим дресирувальником коней), де поняття “horse-whisperer” є «прототипною конвенціональною схемою» [6]. В основі заміщення елемента *horse-* прототипної одиниці елементом *hormone* лежить **ЛО порівняння** отриманої ОЛО *hormone-whisperer* з існуючою лексемою *horse-whisperer*: жінка, яка вживає дієвих заходів для підтримання молодості, уподібнюється майстерному дресирувальнику коней. Креативне утворення застосовано Керрі Бредшо стосовно Саманти, яка після досягнення п'ятидесятилітнього віку вкрай зосереджується на підтриманні гормонального балансу, а відтак – вічної молодості й сексуальної активності. Так, утворений парасинтетичний композит позначає багатовимірне поняття, яке ґрунтується на «категоризації нового досвіду у відповідності до певних схем» [6], нав'язуваних «спільним репозитарієм знань» [32]. Наступним етапом когнітивного конструювання значення ОЛО є застосування **ЛМ акумуляції** смислів, що передбачає проведення асоціацій між компонентами значень елементів парасинтетичного okazіонального композита.

Унаслідок інтеграції двох увідних просторів виникає нове креативне поняття *hormone-whisperer*, що буквально може означати ‘заклинателька гормонів’. У когнітивному плані значення композита складається з елементів двох увідних просторів, що схематично можна представити на *рис. 3.4*:

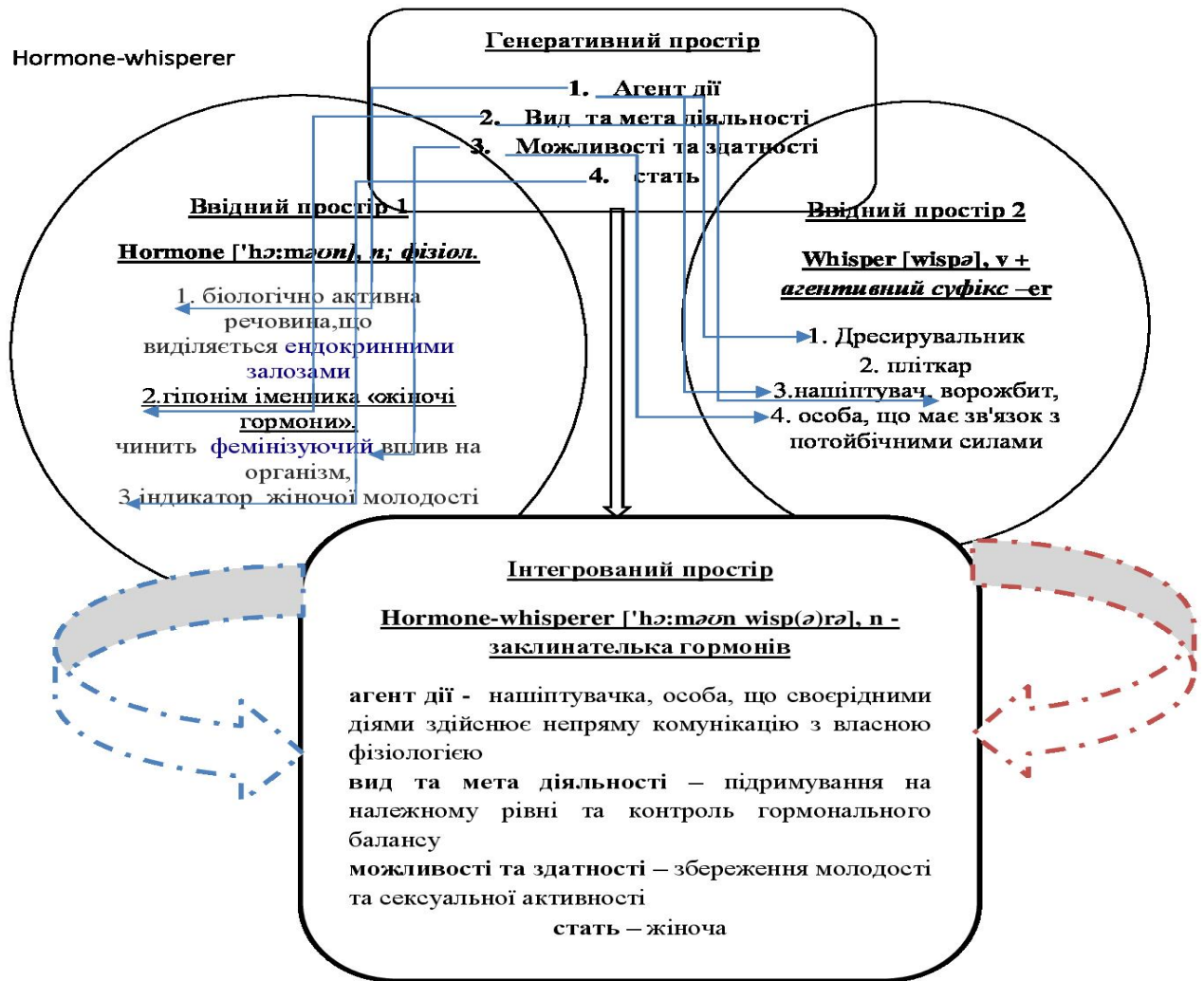


Рис. 3.4. Інтеграція ментальних просторів парасинтетичного композита *hormone-whisperer*

Увідний простір 1 “hormone” репрезентує заміний елемент і стосується показників жіночого здоров'я, тоді як увідний простір 2 “whisperer” є «тотожним елементом» [6, с.156] і містить основне інформаційне наповнення прототипної одиниці – ‘особа, що здібно контролює власний гормональний баланс з метою збереження молодості’. Підставою для проведення асоціацій між увідними просторами слугують компоненти їх значення, а саме (див. *рис. 3.4*): простір 1: агент дії “hormone” ‘неконтрольована людиною активна речовина, що слугує індикатором жіночого благополуччя’; простір 2: вид і сфера діяльності “whisperer” ‘дресирувальник’ (пряме значення), ‘ворожбит, що володіє надприродними

здібностями' (переносне значення). Оскільки гормони є неконтрольованими людиною, актуалізується переносне значення ввідного простору 2: 'ворожбит, заклинатель', із наступним конструюванням значення інтегрованого простору 'заклинатель гормонів'. За допомогою уточнюючого контексту апіорі дізнаємося, що утворена ОЛО характеризує персонажа жіночої статі, відтак інтерпретуємо *hormone-whisperer* як 'заклинателька гормонів'. Водночас зазначена креативна ОЛО, утворена внаслідок інтеграції двох увідних ментальних просторів, містить гумористичне забарвлення ('повелителька гормонів'), що слугує відображенням лінгвокреативності на протиположності продуктивності, адже не передбачає повторного вживання.

Відтак, лінгвокогнітивне моделювання значення агрегованої ОЛО, яке здійснено на прикладі парасинтетичного композита *hormone-whisperer*, унаочнило такий алгоритм творення агрегованих ОЛО: *ЛП структурно-семантичної аналогії* → *ЛО порівняння* → *ЛМ акумуляції смислів* → *лінгвокогнітивне конструювання значення ОЛО на основі ментальної інтеграції увідних просторів*.

Отже агреговані ОЛО, як правило, виступають експресивними інформаційно-навантаженими креативними утвореннями й акумулюють когнітивні зусилля й асоціації мовця у залежності від його світосприйняття.

3.2 Лінгвокогнітивна природа кондесованих способів оказіонального словотворення

3.2.1 Контамінація. У процесі творення контамінованих ОЛО відбувається взаємопроникнення смислового навантаження та словотвірної форми лексичних компонентів – «універбація значень твірних лексичних одиниць <...> у формуванні однослівних значень-понять, які в мові можуть мати неоднослівне вираження» [11, с. 422]. Тому послуговуємося терміном «контамінація» [35; 36; 37; 38] для позначення процесу творення складноскорочених ОЛО.

Контаміновані okazіоналізми (бленди) у кінодискурсі виникають із чотирьох основних мотивів: 1) прагматичні (економія мовних засобів); 2) соціолінгвістичні (створення та підтримування групових зв'язків між персонажами, особливо у діалогах у присутності «аутсайдерів», тобто сторонніх осіб; 3) комічні (досягнення комічного, сатиричного ефекту); 4) стилістичні (надання більшої експресивності й емотивного забарвлення висловленню). Під кутом когнітивної семантики контамінована ОЛЮ складається з двох полюсів: лексичного, що є носієм семантичного наповнення, та формального, що включає фонетичну оболонку та морфологічну структуру [38, с. 82]. У такому світлі зауважимо, що бленди у фактичному матеріалі представлено такими семантичними типами [46; 26], як:

→ копулятивні бленди, що зберігають фактично рівносильне значення обох компонентів і володіють якостями обох вихідних лексем: *frenemies* (*friend* + *enemy* = “ex-boyfriend”), *broom* (*bride* + *groom* = “a groom at a gay wedding”), наприклад: – *And now, the brooms have written their own v... – “Brooms”?* – *Bride, groom. Broom. – Oh, broom. Oh, that's marvelous! Thank you, Liza Minelli* (Movie 2);

→ екстенсивні бленди, де значення однієї з вихідних лексем поглиблює інформацію про іншу: *Gymboree* (*gym* + *jamboree* = “a gathering of gym-addicts”), *Mexicoma* (*Mexico* + *coma* = “a state of depression while on a failed honeymoon in Mexico”), *sexorcism* (*sex* + *exorcism* = “turning out a mother-in-law by having sex around the shared house”), наприклад: *Charlotte didn't know whether it was their making <...> that had offended Bunny, but either way their sexorcism ensured Bunny never haunted their home again unless expressly invited* (S. 4, Ep. 5);

→ конотативні бленди, де одна з вихідних лексем, зазвичай ініціальна, надає експресивної оцінки іншій: *biggage* (*Mr. Big* + *baggage* = “sad memories about relationships with Mr. Big”), *manfriend* (*older man* + *boyfriend* = “a boyfriend over 40 from the perspective of a 30-something woman”), *breastaurant* (*breast* + *restaurant* = “a restaurant attended by fancy-dressed glamorous millionaire-girlfriends with artificial breasts”), *Jewart* (*Martha Stewart* + *jew* = an allusion at famous host's Jewish origin).

Фонетична співзвучність контамінованої ОЛЮ з принаймні однією вихідною одиницею (source lexeme: [38, с. 75]) є підґрунтям для гри слів і надає можливість

персонажам драмедії позмагатися у красномовстві, наприклад: *yogasm* = *yoga* + *orgasm*, *trysexual* = *try* + *bisexual*, *sexpert* = *sex* + *expert*, *sexpectations* = *sex* + *expectations*, *sexercises* = *sex* + *exercises*.

Структурно усі виявлені 146 ОЛО (6%) складаються з двох вихідних лексем: *flirt* + *martini* = *Flirtini* – “a drink made of martini, pineapple and champagne”. Як правило, твірна лексема з меншою кількістю складів стягується, а інша навпаки стає інформативним ядром, що несе максимальне інформаційне навантаження та перебуває у гіпонімічних відношеннях до першої, наприклад: *sexorcism* = *sex* + *exorcism* ‘вигнання свекрухи з дому молодого подружжя за допомогою гучного сексу’ (S. 4, Ep. 5) *sexpectations* = *sex* + *expectations* ‘завищене очікування у плані сексу’ (S. 6, Ep. 2), *jewdle* = *jew* + *doodle* ‘бездумно виводити каракулі у вигляді єврейських літер’ (S. 6, Ep. 4), *broom* = *bride* + *groom* ‘наречений під час гомосексуального весілля’ (Movie 2). Відтак, услід за С. Кеммер [38], розрізняємо такі формально-структурні види блендів:

→ накладальні бленди (“overlapping blends”), утворені від апокопи першої твірної лексеми й афери́зи другої твірної лексеми, тобто за моделлю $AB + CD = AD$, наприклад: *funtastic* = *fun* + *fantastic*; апокопи першої твірної лексеми та повної другої за моделлю $AB + CD = ACD$, наприклад: *sexpectations* = *sex* + *expectations*, *Yorckenblatt* = *York* + *Goldenblatt*, *gallerina* = *gallery* + *ballerina*. У накладальних блендах одна фонема є складовою обох компонентів бленду, відтак неможливо точно констатувати який компонент є усіченим. Накладальні бленди утворено у результаті когнітивної процедури компресії [15];

→ субституційні бленди (“substitution blends”) – одна лексема замінює частину вихідної лексеми, наприклад: *mid-wife crisis* = *mid-life* + *wife*; такі бленди ще називають «даффініціями» (“daffinitions” [32]) – набуття існуючою лексемою нового значення засобом незначної зміни її форми. Когнітивна природа субституційних блендів детермінується ЛП аналогії;

→ інтеркаляційні бленди (“intercalation blends” [38, с. 72]), у яких неможливо ідентифікувати межі складових одиниць. У досліджуваній вибірці не було виявлено інтеркалятивних блендів, проте кілька прикладів пропонують декілька варіантів вихідних лексем, наприклад, *no-mance land*: 1) *no-mance* = *no romance* + *land*; 2) *no-mance* = *noone* + *man's land* ['nəʊmænz, lænd] = “no-man's land”: а) нічия земля б) нейтральная полоса: *He's my age and you've got him and I am in no-mance land. Literally. No man anywhere. Man can date anyone any age, but let's be frank. Most of them prefer the bimbos.* (S. 2, Ep. 14).

Високою продуктивністю характеризуються саме накладальні бленди, що складають 58%. Розглянемо структуру накладального бленду (рис. 3.5) за формулою $a + bc = ac$ на прикладі ОЛО *manthrax*, за допомогою якої героїня Саманти Джонс із сарказмом описує бабія Річарда, з яким протягом довгого часу намагається зав'язати довготривалі стосунки, проте не витримує численних зрад, наприклад: *I woke up this morning even angrier. I need to hurt him more. I can't even be around that man. He's dangerous and toxic. – So, he's manthrax? – Arrogant prick* (S. 5, Ep. 1).

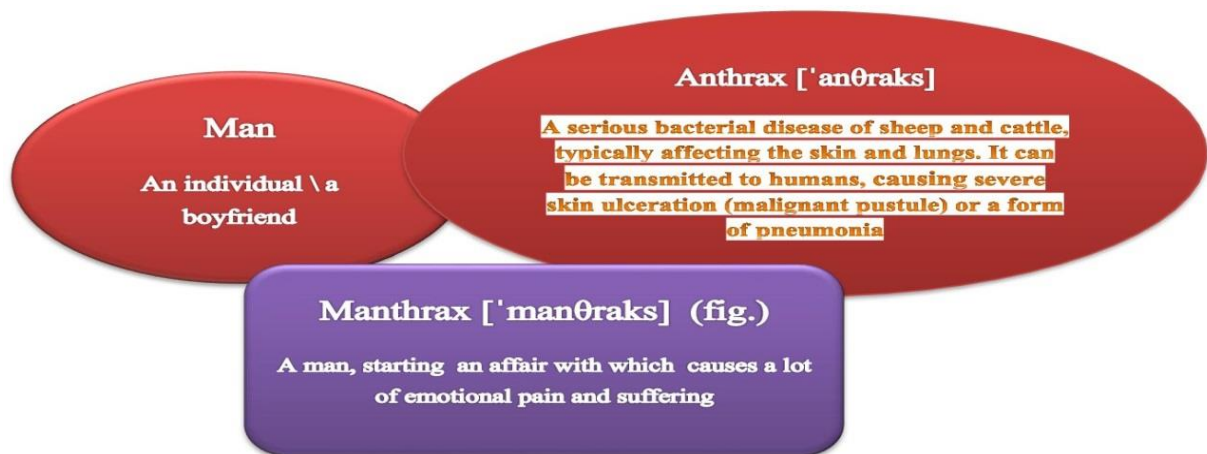


Рис. 3.5. Структурна модель накладального бленду

Для репрезентації значення накладального бленду *Manhattan* застосуємо модель Ж. Фоконьє та М. Тернера (рис. 3.6).

Модель інтеграції ментальних просторів наочно ілюструє, як два вхідні простори *Men* і *Manhattan* формують спільний простір, що об'єднує такі поняття, як

«людина», «чоловік», «стосунки», «кохання», «успіх», і відповідно «багатство», «гроші», «розкіш», «мода», «богема», надаючи поштовх виникненню бленду **Menhattan** – престижний район Нью Йорку, де жінки прагнуть досягти успіху та знайти кохання в особі багатого та впливового чоловіка. Так у руслі когнітивного підходу okazіональні контамінації виникають унаслідок процесу «амальгамації лінгвоконцептів з метою створення багатовимірного поняття» [6, с. 9].

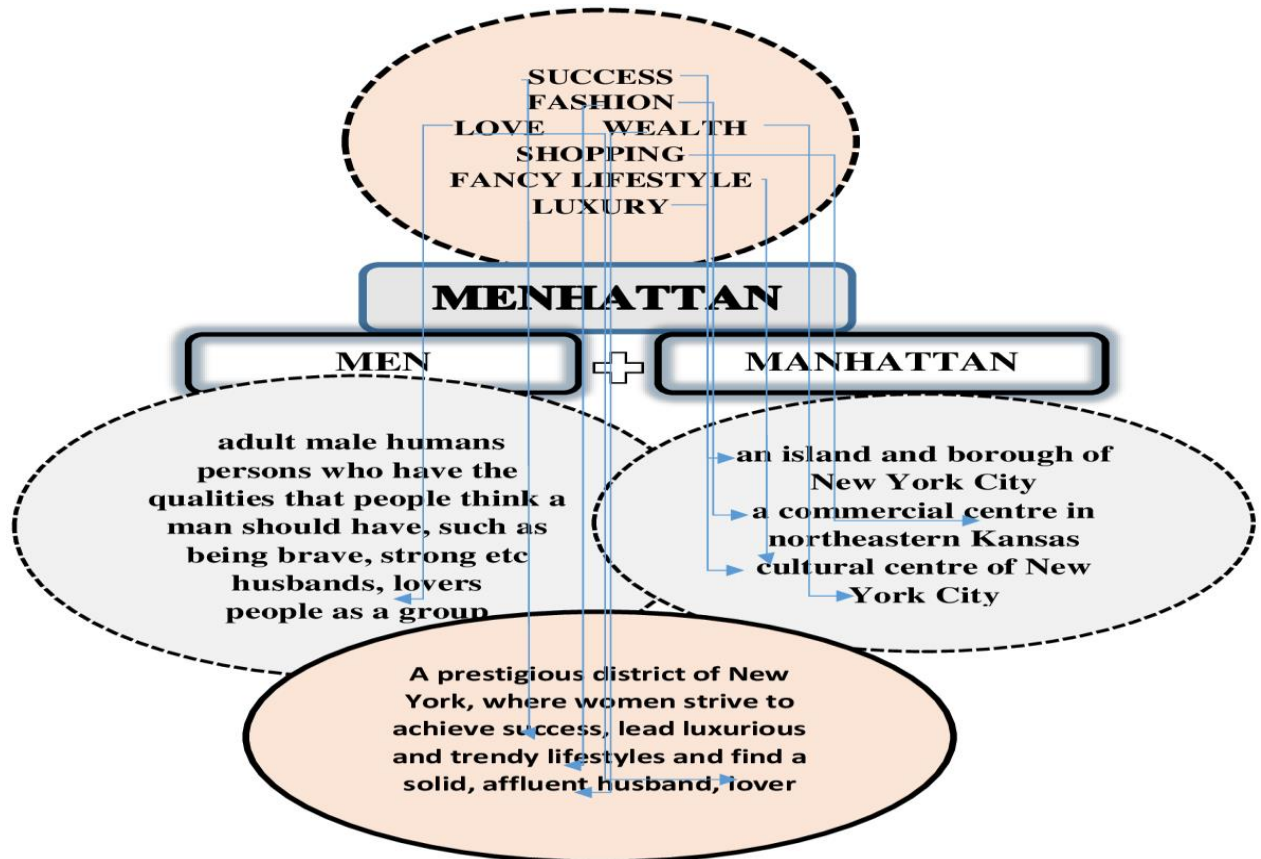


Рис. 3.6. Модель інтеграції ментальних просторів накладального бленду *Menhattan*

Численна група блендів у вибірці – 64 ОЛО, 44% – утворена за аналогією, особливо це стосується групи субституційних блендів: *a mid-wife crisis = midlife crisis + wife*, *Starfucks = Starbucks + fuck*, наприклад: *That night, we went back to my place. <...> It all seemed so familiar. She was having a dejafuck. – What's wrong? – I've slept with you before. – Yeah, like 15 years ago. – Why the hell didn't you say something? I thought you were playing the sexy stranger game* (S. 1, Ep. 7). Субституційний бленд *dejafuck* у наведеному ОМК демонструє, як за допомогою заміни кінцевого

фрагмента лексичної одиниці *deja-vu* героїня Саманти описує секс із чоловіком, з яким мала статеві стосунки у молодості, проте згадати його ніяк не може. Вихідною лексемою ОЛО *dejafuck* є іменник *deja vu* – «непереборне відчуття, що те, що відбувається з особою у даний момент уже відбувалося у минулому» [54]. Іменник *fuck* замінює фрагмент *vu* (буквально: ‘вже бачив’), у результаті чого утворюється оказіональний субституційний бленд *dejafuck* зі значенням ‘відчуття, що вже перебувала у статевих стосунках з даною особою’.

Оскільки у центрі колізії драмедії «СТМ» – сексуальні експерименти головних героїнь і пошуки Ідеального Його (про що свідчить сама назва телесеріалу), то переважна більшість контамінацій у досліджуваному корпусі містить або лексему «секс», або ненормативний фрагмент (*sexorcism, fuckenstein, sexpert, sexercises, dejafuck, Starfucks*). Інші групи контамінованих ОЛО у фактичному матеріалі включають: 1) назви страв і напоїв, наприклад: *flirtini = flirt + martini, fucktini = fuck + martini, fudgesicle = fudge + popsicle*; 2) назви закладів рекреації (ресторанів, готелів), лайфстайл, наприклад: *gymboree = gym + jamboree, Tastelight = tasty + delight, breastaurant = breast + restaurant*; 3) назви книг, журналів, наприклад: *Manhattan = Men + Mahnattan*; 4) назви предметів одягу та модних брендів, наприклад: *burkini = burka + bikini*; 5) характеристики осіб і душевних станів людини, наприклад: *Mexicoma = Mexico + coma, frenemies = friend + enemy, Biggage = Big + baggage, Pooish = Poo + Jewish*; 6) топоніми й апелятиви, наприклад: *Yorckenblatt = York + Goldenblatt, Jewart = jew + Stewart, Stevo = Steve + TIVO*. Такий семантичний поділ є умовним, адже певна кількість контамінованих ОЛО не підпадає під жодну з категорій.

Отже, контамінація є відносно продуктивним засобом оказіонального словотворення у кінодискурсі завдяки раціональнішій формі передачі квантів інформації. Однак, контамінація (6%) значно поступається у відсотковому відношенні різним типам словоскладання (44%), оскільки у спонтанному мовленні

співрозмовнику потрібно більше часу на продукування контамінованого утворення, ніж на складання елементів композитів.

3.2.2 Оказіональні скорочення. Скорочення є, за словами В. Бялика, «оптимальним способом упакування мовного знання» з метою найраціональнішої репрезентації мовного знання [6, с. 15]. В основі okazіональних скорочень лежить ЛП компресії. Скорочення у досліджуваному матеріалі репрезентовані 121 ОЛО, що складає 5%.

В ілюстративному матеріалі найпоширенішим видом скорочених ОЛО є аббревіація, представлена такими типами (за В. Бяликом):

1) ініціальні буквенні скорочення: *ERA* – “Emotional retirement allowance”, *BYOB* – “Bring Your Own Baby”, *R and R* – “rest and relaxation”, *C* – “clitor”, *D.N.R.* – “Do not resuscitate”, наприклад: – *You bought a pregnant woman a bottle of Scotch? – The invitation said BYOB. – That meant bring “your own baby.” – What did you get her? – *Condoms* (S. 1, Ep. 10);*

2) складові скорочення: *schizo* – “schizophreniac”, *cosmo* – “cosmopolitan”, *klepto* – “kleptomaniac”, *jealy* – “jealous” та складноскладові скорочення: *big-clit-tease* – “big clitor tease”, *docubullshit* – “documentary bullshit”, *simu-date* – “simulation date”, *prenup* – “prenuptial agreement”, *fag-hag* “faggot hag”, наприклад: *I got a message from this other fella, who I've known for a year suddenly asking me out on a date which only proves my theory: the only thing a girl needs to get a date is another date. – And did you say “yes”?* – *No. I already have a date. I'm not going on a simu-date* (S. 6, Ep. 1);

3) акрокреалізовані скорочення, тобто літерно-цифрові комбінації та утворення, які містять у своєму складі цифри, що формально збігаються з літерами, наприклад: *BigTool4u*, *Rick9Plus*, *CUnext-Tuesday dress*, *A-OK*; переважають в Інтернет-переписці персонажів, як, наприклад, нікнейми героїв на сайтах знайомств у епізоді “La Douleur Exquise!” першого сезону, де Стенфорд Бланш реєструється на закритому сайті для геїв під прізвиськом *Rick9Plus* і знайомиться з чоловіком

BigTool4u, з ким зав'язує віртуальний роман: – *My name is Rick9Plus. – No, you didn't! – Rick9Plus: How sad is that? – I think it shows a great deal of restraint. You could have been “Rick11.” What do you know about him? – His name is Bigtool4U.* (S. 1, Ep. 12).

Цікавими для розгляду є й кілька прикладів усічених ОЛО з графемою *X* у своїй структурі, що може стосуватися найрізноманітніших твірних основ, наприклад: *Sex-on-X*, де *X* означає наркотичну речовину екстазі, *X-big* – ‘нереально великий’, де *X* виступає інтенсифікатором розміру, *X-sex* – ‘фільми для дорослих’, де *X* відповідає традиційному знаку домену порно індустрії, *X-tasy* – де *X* стосується префікса *екс-*, а одиниця позначає тугу за колишнім, наприклад: *I can't believe you took ecstasy from a stranger. Then, you know it's safe. Will we be going to a rave later? No, but <...> Sex-on-“X” is supposed to be amazing. It releases all of your inhibitions* (S. 4, Ep. 14).

Найбільш поширеними є усічені ОЛО саме другої групи, тобто складноскладові скорочення, більшість з яких утворено у результаті синкопи (наприклад, *prenups* – “prenuptial agreements”) та апокопи (наприклад, *Jealy-jealous*, *cosmo-cosmopolitan*). Варто відмітити також кілька складноскладових скорочень, в основі яких не лише процедура компресії, а й процедура комбінації, тобто усічення кінцевої частини лексичних одиниць супроводжується суфіксацією зі значенням димінутивності, вираженим суфіксом *-ie*, наприклад, *trannies* ≤ *transsexuals* + *-ie*, або зі значенням пейорації, вираженим суфіксом *-o*, наприклад, *Jell-o* ≤ *jealous* + *-o*.

Услід за І. Улухановим, виділяємо поодинокі випадки штучних та іронічних переінтерпретацій абревіатур для створення комічного ефекту (8 ОЛО, 1%), яке дослідник назвав «єдністю словотвірних способів дезабревіації та декомпозиції для жартівливих розшифровок абревіатур» [20, с. 89]. Такі дезабревіації завжди супроводжуються розшифруванням, наприклад: *New York B.C.* – “Before Carrie”, *sex B.C.* – “sex Before Child”, *ADD* – “Another Dating Disaster” (S. 4, Ep. 5), *two L's* – “Labels and Love”, адже інтерпретація їх значення може відбутися лише у контексті.

Отже, скорочені ОЛО складають 5% у досліджуваному корпусі та відображають тенденцію персонажів здаватися більш лаконічними та влучними.

3.2.3 Когнітивне моделювання значення конденсованих okazіональних лексичних одиниць. Інформація конденсованого знання, заснована на концентрації смислового навантаження [6, с. 15], репрезентується словотвірними уламками, що в результаті амальгамації значень увідних просторів створюють поняття з «ускладненою структурою» [7]. У контексті когнітивних студій проілюструємо когнітивне моделювання значення конденсованих ОЛЮ на такому прикладі:

Charlotte considered herself a “gallerina”. B.A. in Art History, minor in Finance. She was determined to find the perfect replacement. Someone bright, someone smart, someone like Charlotte. But Samantha was right. It seemed every aspiring “gallerina” in New York wanted Charlotte's job. – Same as me. Career objectives: To own my own gallery. Oh, my God, that is amazing. I think I had the same objective on my first resume. – I probably shouldn't tell you this with a line of people out there, but you're hired. – So, do you have any questions? – Just one. Why are you leaving this fantastic job? – I'm married, and we're planning on a baby. (S. 4, Ep. 7).

У наведеному ОМК конденсованою ОЛЮ є накладальний бленд *gallerina*, що репрезентує суму значень двох лексем *gallery* + *ballerina*. Зазначена ОЛЮ застосовується в авторській ремарці Керрі Бредшо, що креативно описує душевні страждання Шарлотт, пов'язані з пошуком ‘галерини’ – власної замісниці на місце адміністратора галереї. В основі конструювання значення конденсованої ОЛЮ на прикладі накладального бленду *gallerina* лежить ЛП «компресії» [15, с. 45], що застосовується з метою підвищення ефективності передачі кванту інформації поряд із мінімалізацією мовних зусиль – героїня коротко і влучно описує професійну сферу подруги. Внаслідок **ЛО порівняння** (адміністраторка галереї прирівнюється до представниці найвитонченішої мистецької сфери) з наступною **ЛО накладання** (конденсована ОЛЮ *gallerina* утворюється накладанням апокопи першої твірної лексеми *gallery* й афези другої твірної лексеми *ballerina* за моделлю $AB + CD = AD$) виникає накладальний бленд, де компонент *ballerina* є «мотивуючим, адже називає екстралінгвальне явище», а компонент *gallery* – «модифікуючим, що містить основне смислорозмежувальне навантаження» [7, с. 9]. Підставою виникнення

накладального бленду *gallerina* є співставлення характеристик та асоціативних зв'язків між компонентами значень двох увідних просторів (рис. 3.7), що ґрунтується на *ЛМ концентрації смислів*. У результаті інтеграції двох увідних просторів виникає нове креативне поняття, що схематично можна представити у такий спосіб:

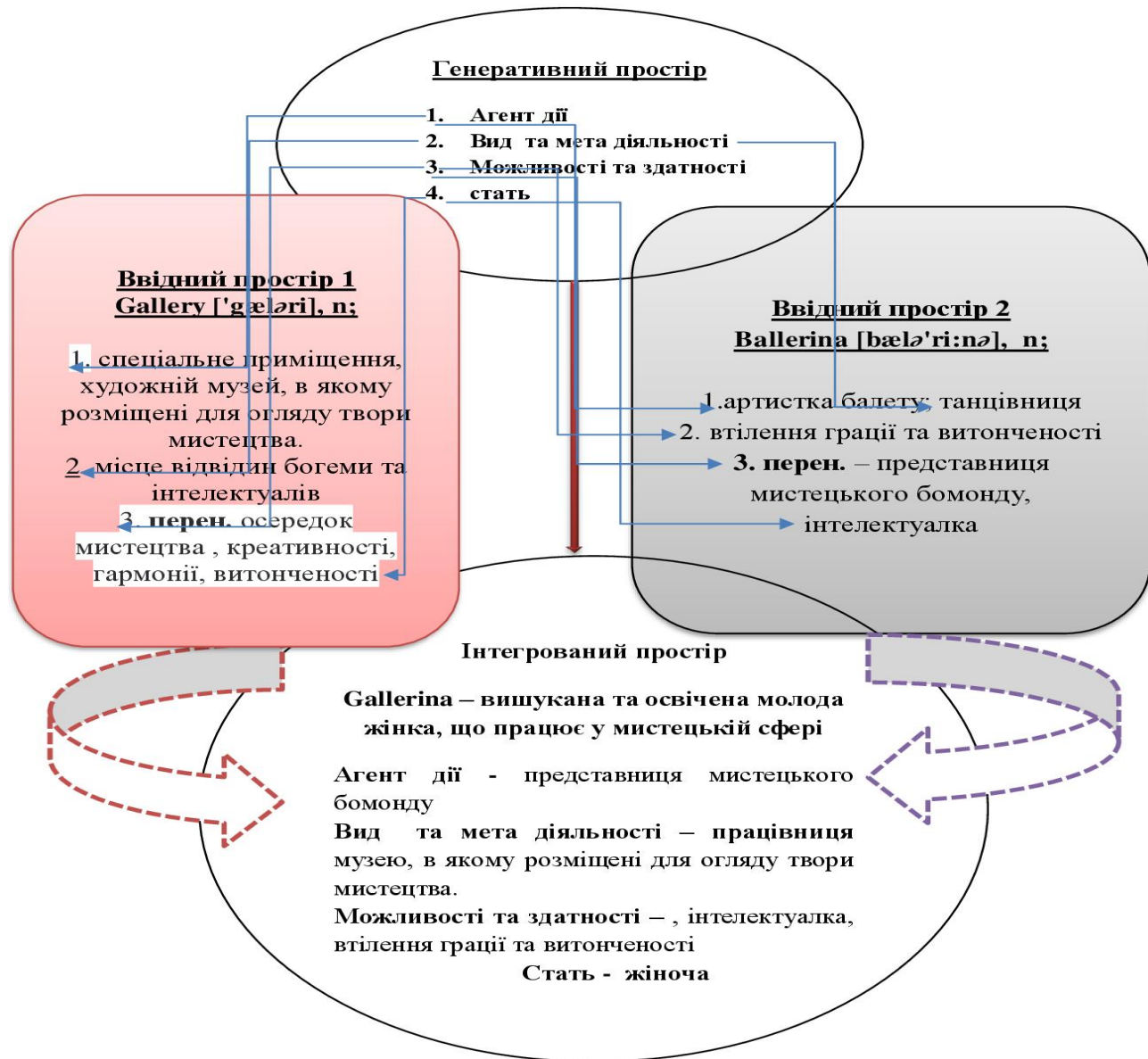


Рис. 3.7. Модель інтеграції ментальних просторів накладального бленду *gallerina*

Модель інтеграції ментальних просторів демонструє, що ввідний простір 1 “gallery” репрезентує компонент значення «вид і сфера діяльності»: *місце проведення мистецьких заходів, плацдарм інтелектуалів і творчих осіб*, а ввідний простір 2

“ballerina” репрезентує компонент значення «агент дії»: 1) пряме – танцівниця балету, виконавиця головних партій у постановках, 2) переносне – «витончена й інтелігентна жінка». Внаслідок інтеграції ввідних просторів “gallery” і “ballerina” актуалізується переносне значення ввідного простору 2 з наступним конструюванням інтегрованого поняття “gallerina”, що буквально означає ‘адміністратор галереї’. ОМК уточнює, що дане креативне утворення характеризує працівницю мистецької установи з характерною для танцівниць балету граціозною зовнішністю, представницю творчо-інтелектуальної еліти (“*B.A. in Art History. Someone bright, someone smart*”), зазвичай холодну й недоступну, традиційну у стосунках із протилежною статтю, що підтверджується реплікою “...*someone like Charlotte*”. Адже, як відомо з широкого контексту, Шарлотт Йорк репрезентує найконсервативнішу героїню драмедії «СТМ».

Лінгвокогнітивне моделювання значення конденсованої ОЛО, яке здійснено на прикладі накладального бленду *gallerina*, унаочнило такий алгоритм творення агрегованих ОЛО: *ЛП компресії* → *ЛО порівняння* + *ЛО накладання* → *ЛМ концентрації смислів* → *лінгвокогнітивне конструювання значення ОЛО на основі ментальної інтеграції ввідних просторів*.

3.3 Лінгвокогнітивна природа модифікованих способів okazіонального словотворення

3.3.1 Конверсія. Конверсію як спосіб модифікованого okazіонального словотворення також називають «імпліцитною транспозицією» [43], «функціональною транспозицією» [10; 11; 12], «нульовою деривацією» [31]. Усі 389 (16%) конвертованих ОЛО є стилістично забарвленими. В їх основі – «ЛП інтертекстуалізації, асоціації, акцентування перцепції екстралінгвальної дійсності» [15, с. 135]. Услід за Р. Кірком [24], розрізняємо три групи конверсивів, утворених за різними типами конверсійних моделей:

→ повна конверсія, коли конвертовані одиниці беруть участь у всіх морфологічних процесах, характерних для нової граматичної категорії;

→ часткова конверсія, якщо конвертована одиниця не підлягає подальшим актам деривації, найчастіше це стосується моделі **Adj**→**N**, адже субстантивовані прикметники, наприклад *the unfamiliar*, вимагають дієслова в однині, а не множині;

→ апроксимальна конверсія, яка супроводжується частковою фонологічною зміною, найчастіше наголосу.

Оскільки прикладів конверсивів третьої групи в досліджуваному матеріалі не виявлено, розглядаємо лише повні та часткові конверсиви.

Основні різновиди конвертованих ОЛО у фактичному матеріалі включають вербалізацію, субстантивацію й ад'ективацію за такими моделями:

-субстантивація: 1) **V** → **N**; 2) **Adj** → **N**;

-вербалізація: 1) **N** → **V**; 2) **Adj** → **V**;

-адективація: **N** → **Adj**.

Зазначені моделі репрезентують так звані «основні» типи конверсивів, які є високопродуктивними як у сучасній англійській мові загалом [27; 43; 45], так і у досліджуваній вибірці зокрема. Продуктивною конверсійною моделлю є **N** → **V** (221 ОЛО, 57%), в основі якої є ЛП деталізації та акцентування, наприклад: *to supersize, to samplesale, to cocktail, to man, to shoe: So, there I was <...> trapped in a cabin that was outdated even by Civil War standards when I could've been out cocktailing and sample-saleing* (S. 4, Ep. 9).

Репрезентуємо взаємозв'язок між твірною основою та конвертованою ОЛО у найпоширенішій групі конверсивів (Ш. Мартса називає їх «відношеннями між мотивуючою та вихідною одиницями» “input-output relations” [45]). Такий вид зв'язку можна представити за допомогою категоріальних матриць [45] (табл. 3.3), що демонструють лексико-граматичні характеристики твірної бази та власне конверсива.

Таблиця 3.3

Інпут-атпут матриця конвертованого дієслова *to supermodel*

Фонологічна форма	<i>['s(j)u:pə,mɔd(ə)l] – ['s(j)u:pə,mɔd(ə)l]</i>	
Лексична категорія	Форма	N→V
	Функція	Subject / object / Complement → predicate
	Значення	Animate object → transitive action
Лексичне значення	“a successful fashion model who has reached the status of a celebrity” (LDOCE) → “to behave with a stance of a famous model”	

Спостерігаються поодинокі випадки так званої «делокутивної конверсії» (“delocutive conversion” [35; 36; 37]) – конвертації у дієслова слів-звертань (фраз і навіть екстрафонологічних вигуків, типових для спонтанних комунікативних ситуацій [36, с. 20]: **Term of Address**^{Interj/Pron/Adj}→V. У досліджуваній драмедії найчастіше вживаються у сценах конфліктних ситуацій, діалогах із відтінком роздратування як негативна респонсивна репліка на ініціальну репліку, що містить твірну основу, наприклад: – *Hey, gorgeous.* – *Don't “gorgeous” me! You're three hours late. I've eaten half a box of chocolates.* (S. 4, Ep. 18).

Варто зазначити, що у фактичному матеріалі помітною є тенденція до конвертування складних слів за моделями NN→V, AdjN→V. Переважно це дієслова, утворені від атрибутивно-іменникових фраз, наприклад: *to good-humour, to supersize, to middle-east*, наприклад: *All expenses paid for everything for all 4 of us. All we have to do is pick the week. And the sooner, the better. I can hear the decadence calling. I gotta check with the old ball and chain, but I'm good to go. Middle-East me* (Movie 2).

Дієслова, утворені від конвертування власних назв, найчастіше прізвищ або імен, також репрезентують достатньо продуктивну модель N^{Proper} →V у досліджуваному матеріалі. Когнітивним підґрунтям дієслів, утворених за цією моделлю, є ЛМ асоціації та інтертекстуальності [30]. Дослідники Х. Марчанд [44], Р. Дірвен [30], С. Мартса [45] називають такі одиниці «предикатно-суб'єктною комплементною моделлю», при якій okazionalizm-конверсив знаходиться у

метонімічних зв'язках із мотивуючим іменником, отримуючи якості та характеристики останнього (табл. 3.4). Ш. Мартса називає цей процес “essive scheme” ‘ессивною схемою’ (від *essive* ‘відображальний відмінок в угро-фінській групі мов’), коли дієслово-конверсив набуває значення «діяти як, у якості когось, подібно до...» [45, с. 137], наприклад: – *He tells me how much he likes me, and boom, I believe him. Am I that needy? – Maybe he really did like you. – I swear, if you “Pollyanna-out” on me today, I'll have to hit you with this rice pudding* (S. 1, Ep. 8).

Таблиця 3.4

Інпут-атпут матриця конвертованого дієслова *to Pollyanna*

Фонологічна форма	[pɒlɪ'ænə] – [pɒlɪ'ænə]	
Лексична категорія	Форма	N ^{Proper} → V
	Функція	Subject / object → predicate
	Значення	Proper name → intransitive action
Лексичне значення	“the name of the optimistic heroine created by Eleanor Hodgman Porter” (LDOCE) → “to behave as an excessively cheerful or optimistic person, sometimes too naïve”	

У наведеному ОМК персонаж Керрі Бредшоу конвертує у дієслово ім'я Полліанни, надзвичайно оптимістичної героїні однойменного роману Елінор Портер, що символізує невичерпний оптимізм і життєрадісність. Відповідно, у звороті “if you “Pollyanna-out” on me today...”, Керрі висловлює свою роздратованість наївним оптимізмом Шарлотти.

Ще один цікавий приклад даної конверсійної моделі повного типу зустрічається у наступному ОМК (табл. 3.5): *There was a mean little man who popped up, and he had "X's" where his eyes should be. And his tongue was hanging out the side of his mouth. – That's the Sad-Mac. You SadMac'd, you should've told me that before. – Oh, my God, why? What does that mean? – Could be your motherboard, the guts of your computer. I'm Dmitri. I'll call you if we find anything* (S. 4, Ep. 11).

Таблиця 3.5

Інпут-атпут матриця конвертованого дієслова *to sadmac*

Фонологічна форма	<i>['sæd, mæɪk] – ['sæd, mæɪk]</i>	
Лексична категорія	Форма	Proper N→V
	Функція	Subject / object → predicate
	Значення	Proper name → intransitive action
Лексичне значення	“A particular computer error code that suggests an issue with the logic board or memory, accompanied by the sad Mackintosh icon” (LDOCE) → “to press the sad Mac icon, interrupting the startup and starting to perform a memory test”	

У наведеному діалозі персонаж Дмитрія конвертує іменник, що позначає робочий нік комп'ютерної системної помилки (від *Sad Mackintosh*), маючи на увазі, що героїня Керрі помилково натисла непотрібну кнопку й зупинила таким чином роботу власного комп'ютера.

Цікавими є випадки, коли твірна основа виражена модальним дієсловом *should*, наприклад: *How do we separate what we could do and what we should do? – Why are we should-ing all over ourselves?* (S. 6, Ep. 15), де конверсив походить від фрази *should I* і буквально означає ‘сумніви та вагання’ – «чому ми «числідимо себе?»

Відвербальні конверсиви, утворені за моделлю **V→N** (23 ОЛО, 6%) виявилися значно менш продуктивними, наприклад: – *I can't believe they wouldn't let someone like you in. That's a total disconnect. – A disconnect? – Yeah. It's like a fuck-up. – A disconnect! – Yeah. You writers are word Nazis* (S. 3, Ep. 14).

Проте у досліджуваній драмедії спостерігаються відносно частотні випадки другорядних конверсійних моделей: **Prep / Conj / Particle → N**, **Affix → N**, **Phrase → N** (89 ОЛО, 23%). Серед них поширеним типом конверсивів виявився гіпостаз (“*hypostasis*” [27; 24; 43; 45]), або «цитатна субстантивація з подальшою ад'єктивацією», наприклад: *It's so George-Michael of you!* Ця модель належить до другорядних конверсійних моделей, однак у досліджуваному матеріалі виявилася достатньо продуктивною моделлю ад'єктивації **Phrase → Adj**. Зауважимо, що ця

модель також заснована на метонімічному перенесенні, оскільки передбачає два етапи метонімічних процесів, а саме: 1) частина цілого ↔ ціле; 2) форма ↔ якість, що притаманна чи виражається формою [45, с. 193], наприклад: *You're so New-York. Stay here, do nothing, get in trouble. Be spontaneous.* (S. 3, Ep. 14). Зазначимо, що фактичний матеріал засвідчив високу продуктивність саме другорядних конверсійних моделей.

За семантичними категоріями конверсиви поділяють [45, с. 31] на: локативні, орнативні, каузативні, результативні, інкоативні, перформативні, сімілятивні, привативні, інструментальні, стативні, мотивні, дюративні, звукоімітуючі. У досліджуваному корпусі переважають сімілятивні (діяти у якості когось, наприклад: *to supermodel*), мотивні (рухатися подібно до когось / чогось, наприклад: *to thirdwheel*) та звукоімітуючі (наприклад: *to zsa-zsa-zsew*) ОЛО.

Отже, конверсія посідає третє місце за частотністю вживання (389 ОЛО, що складає 16% усього корпусу ОЛО). Найпоширенішими моделями конверсії у драмедії «СТМ» виявилися основні $N \rightarrow V$ та $N \rightarrow Adj$, а також другорядні $Prep / Conj / Particle \rightarrow N$, $Affix \rightarrow N$, $Phrase \rightarrow N$, $N^{Proper} \rightarrow V$, $Term\ of\ Address^{Interj/Pron/Adj} \rightarrow V$ та $NN / Adj \rightarrow V$. Поза межами свого безпосереднього контексту okazionalnі конверсиви є складними для інтерпретації.

3.3.2 Аналогія. Словотворення за аналогією є відносно частотним способом okazionalnogo словотворення у діалогічному мовленні у драмедії «СТМ» та нараховує 364 ОЛО, що складає 15 %. Аналогія виходить за межі дериватології та інтерферує в семантику, адже новотвір корелює з уже існуючою у тексті одиницею («прообраз» за термінологією Ф. Нікітіної [16]), відповідно модифікуючи її. З цієї причини можна стверджувати, що ОЛО, утворена методом субституції, відтворює значення прообразу в новому асоціативному полі.

У драмедії «СТМ» словотворення за аналогією представлено двома типами:

А. Оказіональне словотворення за словотвірним зразком в ідентичному мікроконтексті (80 ОЛО, 22%), когнітивним підґрунтям якого є ЛП аналогії. Структурно при словотворенні за аналогією відбувається заміна словотвірного форманта на новий формант замість аналогічного елемента «прообразу». На відміну від власне словоскладання та контамінації, механізм оказіонального словотворення за аналогією передбачає заміну оригінального елемента, що знаходиться в ідентичному мікроконтексті, синонімом, антонімом чи співзвучним формантом, що створює гру слів. Причому як оригінальна мотивуюча одиниця, так і новостворена ОЛО характеризуються наявністю спільної семантичної ознаки; замінюється, переважно, початковий елемент. У досліджуваних ОМК численними є випадки словотворення за аналогією оказіональних композитів і блендів.

Відзначимо цікавий випадок словотворення за аналогією, що отримав назву «аналогічної адаптації, чи прямої корекції аналогії» (“direct analogy correction” [35; 36; 37]). Аналогічна адаптація передбачає наявність у попередньому контексті одиниці для аналогічного словотворення, проте у подальшому контексті неодмінно міститься або послідовний коментар, або обов’язкове коригування у вигляді нової одиниці, синонімічної до одиниці-моделі. Наприклад, у розмові подруг, які сперечаються про переваги гетеро-, гомо- та бісексуальності, Міранда вживає оказіональний евфемістичний композит *Gaytown*, а Керрі миттєво перефразовує його на оказіональний суфіксат *Ricky Martinville*, наприклад: – *When did this happen? When did the sexes get all confused? Somewhere between Gen X and Y, they blended and made XY. – I'm not even sure bisexuality exists. It's just a layover on the way to Gaytown. – Isn't that next to Ricky Martinville?* (S. 3, Ep. 4).

Зазвичай ОЛО, утворені за аналогією, легко декодувати завдяки безпосередній близькості до твірної основи, проте ще одним випадком творення оказіоналізмів у фактичному матеріалі є «хибна аналогія» (“false analogy” [50, с. 194]), що зумовлює появу нової ОЛО навіть за відсутності прямого семантичного підґрунтя. Такі новоутворення мають виключно контекстуально-залежний характер. Наприклад, у

ОМК з епізоду “Evolution”: – *I had no idea that Betty Buckley was so talented! – Please! She is the-cat's-pajamas. – Why do people say that? – I have no idea. Maybe because she was in Cats. – Let's start another one. Like, ”She's the-dog's-tuxedo.” – What? (S. 2, Ep. 11) фраза *the-cat's-pajamas*, означає «суперкрутий, кращий у своєму роді» [53], зародилася в епоху джазу, коли піжами вважалися нововведенням, а сленговим терміном *cat* називали новаторів-джазовиків. У даному випадку має місце поява абсолютно беззмістовної ОЛО. Причому не лише глядач, але й персонаж не зовсім розуміє новоутворене *the-dog's-tuxedo*, адже немає жодного семантичного підґрунтя для її появи – ОЛО вживається у діалозі виключно з гумористичною метою.*

Б. Словотворення за аналогією за «сталим значенням» [15] (57 ОЛО, 15%).

Оказіоналізми утворюються за цим типом аналогії у результаті заміни компонента ідіоматичного виразу (наприклад, *doctor-of-all-trades*) чи загальновідомого поняття (наприклад, *lesbian-do-jour*), проте без наявного словотвірного зразка у попередньому контексті. Такі ОЛО засновані на ЛП асоціації та інтертекстуалізації, адже аналогія під час творення оказіоналізмів ґрунтується на асоціативному фоні, відтак значення ОЛО може розкритися лише у контексті як сукупності причиново-наслідкових зв'язків для реалізації асоціативно-ментальних можливостей. Інтерпретація таких ОЛО заснована на когерентності тексту та «мовнотрансцендентних даних», що апелюють до пресупозиції глядачів, у ментальному лексиконі яких зафіксовано стереотипне розуміння певного об'єкта, явища, події, наприклад, вигук *Abu-dabi-du!* (Movie 2) Міранди, захопленої поїздкою в Арабські Емірати, є алюзією на культовий мультиплікаційний серіал «Скубі-ду», де привітанням головного героя був вигук *Scoobi-doobi-doo!*).

У досліджуваних ОМК зафіксовано випадок хибної аналогії, заснований виключно на фонетичній подібності, наприклад, *jerk-de-soleil* співзвучний з назвою відомої циркової трупи *cirque-de-soleil*, а в ОМК – *Oh god. Don't make me laugh. It hurts. – Is this still from your days as a flying relenda? – This is a sex-sprain. It was jack rabbit-sex. You know, pound, pound, pound, pound, pound. – He's certainly acrobatic. –*

Oh yeah. He's a regular jerk-de-soleil (S. 6, Ep. 8) позначає дуже невмілого і незграбного коханця.

Услід за О. Шаталовою [22, с. 193–197], виділяємо два ключові фактори виникнення ОЛО за аналогією під час спонтанної розмови:

1) монологічне мовлення – ОЛО ініціюється самим мовцем як продовження власної думки у межах одного висловлювання (сцени чи навіть епізоду): – *You're a busy working mother, too tired to go out and eat, Hoonen Kitchen, too tired to go out and fuck, call Robert. Fastfood, Fastfuck* (S. 6, Ep. 13);

2) діалогічне мовлення – наявність репліки-стимулу в запитальному реченні [22, с. 194], що провокує репліку-реакцію, у складі якої є новостворена ОЛО з комічним ефектом, наприклад: *Your wife has quite a sense of humor. – He's my boyfriend. – Aren't I a little old to be introduced as your boyfriend? – Point taken. From now on, you'll be my man-friend* (Movie 2).

Отже, словотворення за аналогією засвідчило відносно високу продуктивність у досліджуваній драмедії та широко застосовувалося як у діалогічному, так і монологічному мовленні. ОЛО, утворені у результаті аналогічної субституції, представлено у драмедії «СТМ» двома основними, майже рівносильними у кількісному відношенні, типами – словотворенням за словотвірним зразком у безпосередньому контексті та словотворенням за сталим значенням.

3.3.3 Когнітивне моделювання значення модифікованих okazionalnih лексичних одиниць. Розглянемо процедури когнітивного конструювання значення модифікованих ОЛО на прикладі дієслова-конверсива у наступному ОМК: – *All married couples stop having sex eventually. – That's not true. You've had sex with lots of married people. That's how I know. – Okay, let's say it's companionship. – How do you sustain a relationship without the zsa-zsa-zsu? – The what? – That butterflies-in-your-stomach thing that happens when you not only love the person, but you gotta have them. Isn't that what gets you through the years? Even if it fades, at least you remember them zsa-zsa-zsu. – What do you call zsa-zsa-zsu gone bad? Zsa-zsa-eww* (S. 6, Ep. 8).

У наведеному ОМК okazіоналізм *zsa-zsa-zsu* є контекстуальним конвертованим дієсловом, утвореним від звукоімітуючого okazіонального іменника *the zsa-zsa-zsu*, що буквально означає ‘тріпотіння’ та з’являється у діалозі між Самантою та Керрі, темою дискусії яких є крах відносин у шлюбі, спричинений відсутністю інтимного життя. Саманта переконує співрозмовницю, що такі взаємовідносини поширені, та їх слід називати «партнерством співмешканців». Однак Керрі заперечує, що шлюб без кохання, від якого «мурашки по шкірі», – приречений. У ході розмови героїня Керрі спочатку утворює звукоімітуючий іменник *the zsa-zsa-zsu* ‘тріпотіння’ з подальшою його конвертацією у дієслово у репліці *At least you remember them zsa-zsa-zsu*, яку можна перекласти ‘принаймні ти пам’ятатимеш, як воно там тріпоче’.

Підґрунтям утворення модифікованої ОЛО на прикладі звукоімітуючого дієслова-конверсива, утвореного за паттерном $N \rightarrow V$, стала **ЛП модифікації інформаційного навантаження** – «інпут-одиниця» [45]: *the zsa-zsa-zsu* репрезентує мотивуючу одиницю та передає знання ‘тріпотіння’, тоді як «аутпут одиниця» *zsa-zsa-zsu* означає буквально ‘тріпотіти’. Обидві ОЛО виникли **внаслідок ЛО метафоричного перенесення**, оскільки походять від ідіоми *to get butterflies in your stomach* – ‘переживати надзвичайну схвильованість’ (у зазначеному ОМК схвильованість спричинено коханням). У результаті залучення **ЛМ розширення змістового плану** виникає значення конвертованої ОЛО *zsa-zsa-zsu*, яке можна інтерпретувати як ‘бути шалено і пристрасно закоханим’. У такому світлі репліку Керрі – *How do you sustain a relationship without the zsa-zsa-zsu? Isn't that what gets you through the years? Even if it fades, at least you remember them zsa-zsa-zsu*. – можна інтерпретувати таким чином: ‘як можна підтримувати стосунки без шаленого кохання? <...> Навіть коли воно минає, ти пам’ятатимеш, яким пристрасним було’.

Утворення інтегрованого простору-бленду *zsa-zsa-zsu* на основі інтеграції ментальних просторів представлено на *рис. 3.9*.

Ввідний простір 1 репрезентує компонент значення «агент дії»: трепет та позитивні відчуття, спричинені станом закоханості. Увідний простір 2 представляє

компонент значення «стан»: перебувати у схвильовано-піднесеному відчутті ейфорії, що, як правило, супроводжує почуття закоханості. Сміслоутворюючим оператором у даному випадку є зв'язки концептуальної деривації, а саме: *агент дії* → *дія* → *стан*. В основі вербалізації увідного простору 1 лежить *ЛП метафоричного перенесення*, тобто дієслово-конверсив *to zsa-zsa-zsu* 'тріпотіти' асоціюється зі звуком крилець метелика.

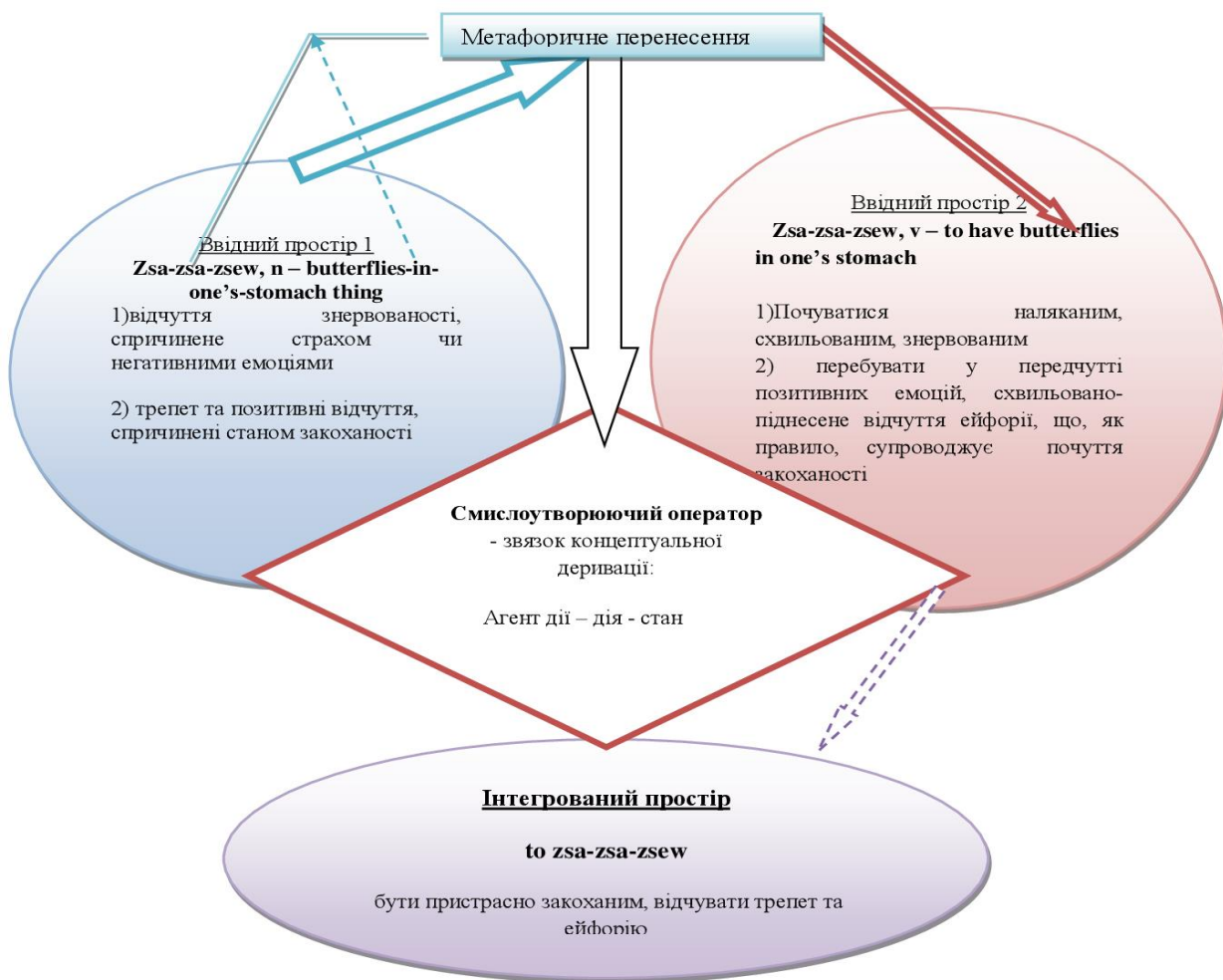


Рис. 3.9. Інтеграція ментальних просторів конвертованого дієслова *zsa-zsa zsew*

Відтак, лінгвокогнітивне моделювання значення модифікованої ОЛО, яке здійснено на прикладі дієслова-конверсива *zsa-zsa-zsu*, унаочнило такий алгоритм

творення модифікованих ОЛО: *ЛП модифікації інформаційного навантаження* → *ЛО метафоричного перенесення* → *ЛМ асоціації на основі розширення змістового плану* → *лінгвокогнітивне конструювання значення ОЛО на основі ментальної інтеграції увідних просторів.*

Висновки до третього розділу

1. Сучасний англomовний кінодискурс, яким він постає у драмедії «СТМ», виявився плідним підґрунтям творення оказіональних лексичних одиниць. Оказіональне словотворення сприяє актуалізації глибинних смислів. У нових смислах акумульовано агреговане, конденсоване та модифіковане знання, що реалізується арсеналом словотвірних засобів.

2. Прирощення нового знання, що реалізувалося шляхом агрегованих способів словотворення, виявилось продуктивним способом творення ОЛО у драмедії «СТМ».

2.1 Осново- та словоскладання продемонструвало найвищу частотність (44% від загальної кількості ОЛО). Афіксація, порівняно зі словоскладанням, виявилася менш продуктивною – 14% від загальної кількості ОЛО. Специфічність проблематики серіалу зумовила значну кількість композитів та афікساتів, утворених від ненормативних і нецензурних твірних основ.

2.2 Когнітивним підґрунтям словоскладання й афіксації як видів агрегованого словотворення виступає когнітивна процедура прирощення. Когнітивне конструювання значення агрегованих ОЛО відбувається за таким алгоритмом: *ЛП структурно-семантичної аналогії* → *ЛО порівняння* → *ЛМ акумуляції смислів* → *лінгвокогнітивне конструювання значення ОЛО на основі ментальної інтеграції увідних просторів.*

3. Тенденцію до раціональної економії мовних засобів шляхом передачі конденсованого знання репрезентовано у досліджуваному матеріалі значно менше (10%), ніж у мовних процесах англійської мови на сучасному етапі. Більшою мірою персонажі застосовують контаміновані одиниці та скорочення з гумористичною або

художньо-естетичною метою, тобто колективний автор опосередковано через персонажів веде мовну гру з глядачем.

3.1 Найвищою частотністю відзначилися накладальні та субституційні бленди, а також складові та складноскладові скорочення (когнітивна основа – процедура компресії).

3.2 Когнітивне моделювання значення конденсованих ОЛО відбувається за таким алгоритмом: *ЛП компресії → ЛО порівняння + ЛО накладання → ЛМ концентрації смислів → лінгвокогнітивне конструювання значення ОЛО на основі ментальної інтеграції увідних просторів.*

4. Передача модифікованого знання, що полягає у видозміні змістового наповнення без фактичної зміни або з частковою видозміною формального плану, представлена конверсією (16%) та словотворенням за аналогією (15%).

4.1 Модифіковані способи словотворення засновано на ЛП аналогії, асоціації, інтертекстуалізації, акцентування смислів. Серед конверсійних моделей високою частотністю відзначилися саме нетрадиційні другорядні моделі (гіпостаз, субстантивація службових частин мови), однак традиційні моделі – вербалізація іменників та ад'ективація – також продемонстрували словотворчу активність у драмедії «СТМ».

4.2 Словотворення за аналогією, що передбачає заміну структурного форманта, репрезентовано двома типами (аналогією за словотвірним зразком і аналогією за сталим значенням) та складає 15% ОЛО. Характерно, що зі стилістичною метою персонажі обігрують нейтральні слова із повсякденного лексикону, поєднуючи на перший погляд ірраціональні чи неприпустимі асоціації.

4.3 Когнітивне конструювання значення модифікованих ОЛО відбувається за таким алгоритмом: словотворення за аналогією – *ЛП модифікації інформаційного навантаження → ЛО метафоричного перенесення + ЛО інтертекстуалізації → ЛМ розширення змістового плану / ЛП → лінгвокогнітивне конструювання значення ОЛО на основі ментальної інтеграції увідних просторів.* Конверсія – *ЛП модифікації інформаційного навантаження → ЛО асоціації + ЛО акцентування перцепції екстралінгвальної дійсності → ЛМ функціональної трансорієнтації*

5. Використання незвичних утворень (ОЛО) у процесі розмови надає зовнішнього обрамлення особливим смислам, апелюючи таким способом до ментального лексикону глядачів.

Основні положення третього розділу відбито в одноосібних публікаціях дисертантки [8; 40].

Список використаних джерел у третьому розділі

1. Алешина А.А. Классификация голофрастических конструкций в английском языке (на материале романа L. Weisberger «The Devil Wears Prada»). Ученые записки Орловского государственного университета. 2014. № 4 (60). С. 115—117.
2. Баталов О.Г. Когнитивно-функциональный аспект окказионального словообразования в художественном тексте : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук: 10.02.04. Нижний Новгород, 2004. 16 с.
3. Богдан С. Епістолярні діалоги Лесі Українки як джерело реконструкції стереотипів міжособистісної комунікації та образів комунікантів: Агатангел Кримський. Леся Українка і сучасність: Зб. наук. пр. Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2008. Т. 4, Кн. 2. С. 315—337.
4. Бойко Е.И. Механизмы умственной деятельности: избранные психологические труды в 70 томах. Москва: Российская академия образования, 2002. 688 с.
5. Бялик В.Д. Шляхи маніфестації мовного конденсованого знання. Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія: Філологічні науки (мовознавство). 2014. № 2. С. 18—22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvddpufm_2014_2_5 (дата звернення 22.04.2018).
6. Бялик В.Д. Лексичний квантор в англomовному публіцистичному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. філолог. наук : 10.02.04. Київ, 2013. 32 с.
7. Бялик В.Д. Телескопія як результат амальгамації лінгвоконцептів. Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Серія: Філологічні науки. Ніжин. 2014. Вип. 1. С. 7—12.

8. Гайданка Д. Лингвокогнитивное конструирование значения агрегированных окказиональных единиц в драмедии «Секс и город» (на примере сложнопроизводных единиц). *Studia Humanitatis*. 2018. № 2. URL: <http://st-hum.ru/> (дата звернення 12.05.2018).
9. Головин Б. Введение в языкознание. Москва, 1983. С. 53—61.
10. Єнікєєва С.М. Відонімна телескопія в сучасній англійській мові. *Нова філологія*. 2014. № 63. С. 19—25.
11. Єнікєєва С.М. Лінгвосинергетика як напрямок сучасного мовознавства. Сучасні дослідження з іноземної філології. 2010. Вип. 8. С. 217—225.
12. Єнікєєва С.М. Синергетичні аспекти семантичної деривації (на матеріалі сучасної англійської мови). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2007. № 32. С. 140—144.
13. Ковынева И.А. Голофразис как способ словообразования в русском языке: автореф дис. канд. филолог. наук: спец. 10.02.02 «Русский язык». Орловский государственный университет. Орел, 2007, 22 с.
14. Корытова О.М. Когнитивное пространство словосращения (на материале русского и английского языков): автореф. дисс. канд. филол. наук: спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание». Тверской государственный университет. Тверь, 2008, 18 с.
15. Никитченко К.П. Лінгвокогнітивна природа способів окказіонального словотворення в англійській мові постмодерністському художньому тексті: дис. ... канд. філолог. наук. : 10.02.04 / Одеський національний університет ім. І.І. Мечнікова. Одеса, 2017. 274 с.
16. Нікітіна Ф.О. Аналогія і словотворчі моделі. Київ: Вид-во КДУ, 1971. 51 с.
17. Новиков А.И. Доминантность и транспозиция в процессе осмысления текста. *Scripta linguisticae applicatae. Проблемы прикладной лингвистики*. Москва, 2001. С. 155—180.

18. Пономарева О.Б. Когнитивные и прагма-стилистические аспекты семантической деривации голофрастических конструкций в современном английском языке. Вестник Тюменского государственного университета. 2005. № 2. С. 184—192.
19. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля, 2006. 716 с.
20. Улуханов И.С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация. Москва, 1996. 222 с.
21. Федорцова В.Н. Интернациональные словообразовательные модели в немецком языке : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня док-ра філол. наук : 10.02.04. Санкт-Петербург, 1994. 33 с.
22. Шаталова Ю.Н. Неузואальные способы создания новых слов в повседневной разговорной речи. 2009. № 2. С. 192—196. URL: <https://moluch.ru/archive/2/120/> (дата звернення: 01.01.2018).
23. Янко-Триницкая Н.А. Словообразование в современном русском языке. Москва: Индрик, 2001. 504 с.
24. A Comprehensive Grammar of the English Language. Ed. by R.Quirk, S.Greenbaum, G.Leech, J.Svartvik. London: Longman, 1985. 1778 p.
25. Adams V. Complex Words in English. London: Pearson Longman, 2001. 184 p.
26. Bakaradze E.K. Principle of the Least Effort: Telescopic Wordformation. International Journal of Arts and Sciences. 2010. Vol.3(16). P. 86—105.
27. Bauer L. Compounds and Minor Word-Formation Types. The Handbook of English Linguistics. Ed. by B.Aarts, A.McMahon. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2006. P. 483—506.
28. Beard R., Volpe M. Lexeme-Morpheme Base Morphology. Handbook of Word-Formation. Ed. by R.Lieber, P.Štekauer. Dordrecht: Springer, 1996. P. 189—201.
29. Benczes R. Creative Compounding. Amsterdam: John Benjamins, 2011. 206 p.
30. Dirven R. Cognitive Linguistics. Linguistic Agency, University-GH Essen. 2000. 274 p.

31. Don J. On Conversion, Relisting and Zero-Derivation. A comment on Rochelle Lieber: English word-formation processes. URL: <http://www.skase.sk/Volumes/JTL03/02.pdf> (дата звернення: 24.04.2018).
32. Dynel M. Blending the Incongruity-Resolution Model and the Conceptual Integration Theory: The Case of Blends in Pictorial Advertising. *International Review of Pragmatics*. 2011. Vol. 3(1). P. 59—83.
33. Fauconnier G., Turner M. Conceptual Blending, Form, and Meaning. *Recherches en communication: Sémiotique Cognitive*. 2003. № 19. P. 57—86.
34. Fauconnier G., Turner M. *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books, 2002. 465 p.
35. Hohenhaus P. Ad-hoc-Wortbildung. Terminologie, Typologie und Theorie kreativer Wortbildung im Englischen. Frankfurt am Main: Lang, 1996. 505 p.
36. Hohenhaus P. How to Do even More Things with Nonce Words (Other than Naming). *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007. P. 15—39.
37. Hohenhaus P. Lexicalization and Institutionalization. *Handbook of Word-Formation*. Ed. by R. Lieber, P. Štekauer. Dordrecht: Springer, 2005. P. 353—375.
38. Kemmer S. Schemas and Lexical Blends. *Motivation in Language: Studies in Honor of Günter Radden*. Ed. H. Cuyckens et al. Amsterdam: John Benjamins, 2003. P. 69—99.
39. Koveczes Z. Metaphor and metonymy in cognitive linguistics. *Cognitive Linguistics*. 2005. P. 13—34.
40. Kubichka D. Structural, Semantic and Functional Peculiarities of Slangisms in the Screenplay «Sex and the City» by Michael Patrick King. *Kľúčové kompetencie pre celoživotné vzdelávanie. Presov*. 2014. Vol.4. P. 70—79.
41. Lakoff G., Turner M. *More than Cool Reason. A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: The University of Chicago Press, 1989. 230 p.
42. Langacker R.W. *Foundations of Cognitive Grammar*. Stanford University Press, 1987. 540 p.

- 43.Lieber R. English Word-Formation Processes. Observations, Issues and Thoughts on Future Research. Handbook of Word-Formation. Ed by P.Stekauer, R.Lieber. Dordrecht: Springer, 2005. P. 375—427.
- 44.Marchand H. The Categories and Types of Present-day English Word-Formation. University of Alabama Press, 1966. 379 p.
- 45.Martsa S. Conversion in English: A Cognitive-Semantic Approach. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2013. 304 p.
- 46.Plag I. Word Formation in English (Cambridge Textbooks in Linguistics). Siegen, 2007. 251 p.
- 47.Renouf A. Tracing Lexical Productivity and Creativity in the British Media: «The Chavs and the Chav-Nots». Lexical Creativity. Texts and Contexts. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007. P. 61—93.
- 48.Schippan T. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Niemeyer, 1992. 306 p.
- 49.Szymanek B. The Latest Trends in English Word-Formation. Handbook of Word-Formation. Ed. by Lieber R., P. Štekauer. Dordrecht: Springer, 2005. P. 429—448.
- 50.Veale T. Dynamic Creation of Analogically-Motivated Terms and Categories in Lexical Ontologies. Lexical Creativity. Texts and Contexts. Amsterdam: John Benjamins, 2007. P. 189—213.
- 51.Volkmar L. Categories of Word-Formation. Word-Formation: An International Handbook of the Languages of Europe. Ed. by P.O.Müller. Walter de Gruyter, 2015.

1. Список довідкової літератури

- 52.ABBYY — Lingvo online. URL: <http://www.lingvo.ua/>.
- 53.American Heritage Dictionary of the English Language. URL: <https://ahdictionary.com/>.
- 54.OED — Oxford English Dictionary. URL: <http://www.oed.com/>.
- 55.LDOCE — Longman Dictionary of Contemporary English online. URL: <https://www.ldoceonline.com/>.

Джерела ілюстративного матеріалу

Season 1 (1998).

S.1, Ep.1. "Sex and the City". Directed by Susan Seidelman. Written by Darren Star.

URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-1.html#.WuDFLhuFPIU>

S.1, Ep.2. "Models and Mortals". Directed by Alison Maclean. Written by Darren Star.

URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-2.html#.WuDhxBuFPIU>

S.1, Ep.3 . "Bay of Married Pigs". Directed by Nicole Holofcener. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-3.html#.WuDh9xuFPIU>

S.1, Ep.4 . "Valley of the Twenty-Something Guys". Directed by Alison Maclean. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-4.html#.WuDIFhuFPIU>

S.1, Ep.5. "The Power of Female Sex". Directed by Susan Seidelman. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-5.html#.WuDILRuFPIU>

S.1, Ep.6 "Secret Sex". Directed by Michael Fields. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-6.html#.WuDIQhuFPIU>

S.1, Ep.7. "The Monogamists". Directed by Darren Star. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-7.html#.WuDibxuFPIU>

S.1, Ep.8. "Three's a Crowd". Directed by Nicole Holofcener. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-8.html#.WuDIiRuFPIU>

S.1, Ep.9. "The Turtle and the Hare". Directed by Michael Fields. Written by Susan Kolinsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-9.html#.WuDIxuxFPIU>

S.1, Ep.10. "The Baby Shower". Directed by Michael Fields. Written by Terri Minsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-10.html#.WuDIuhufPIU>

S.1, Ep.11. "The Drought". Directed by Matthew Harrison. Written by Michael Green & Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-11.html#.WuDI1huFPIU>

S.1, Ep.12. "Oh Come All Ye Faithful". Directed by Matthew Harrison. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-12.html#.WuDI6xuxFPIU>

Season 2 (1999)

S.2, Ep.1. "Take Me Out to the Ballgame". Directed by Allen Coulter. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-1.html#.WuDJDDBuFPIU>

S.2, Ep.2. "The Awful Truth". Directed by Allen Coulter. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-02.html#.WuDJJRuFPIU>

S.2, Ep.3. "The Freak Show". Directed by Allen Coulter. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-3.html#.WuDJOxuxFPIU>.

S.2, Ep.4. "They Shoot Single People, Don't They?". Directed by John David Coles. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-4.html#.WuDJVxuxFPIU>

S.2, Ep.5. "Four Women and a Funeral". Directed by Allen Coulter. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-5.html#.WuDJaxuxFPIU>

- S.2, Ep.6. "The Cheating Curve". Directed by John David Coles. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-6.html#.WuDJiBuFPIU>
- S.2, Ep.7. "The Chicken Dance". Directed by Victoria Hochberg. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-7.html#.WuDJnhuFPIU>
- S.2, Ep.8. "The Man, The Myth, The Viagra". Directed by Victoria Hochberg. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-8.html#.WuDJsxuFPIU>
- S.2, Ep.9. "Old Dogs, New Dicks" / "Old Dogs, New Tricks". Directed by Alan Taylor. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/09/sex-and-city-season-2-episode-9.html#.WuDJxRuFPIU>
- S.2, Ep.10. "The Caste System". Directed by Allison Anders. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-10.html#.WuDJ8xuFPIU>
- S.2, Ep.11. "Evolution". Directed by Pam Thomas. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-11.html#.WuDKCBuFPIU>
- S.2, Ep.12. "La Douleur Exquise!". Directed by Allison Anders. Written by Ollie Levy & Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-12.html#.WuDKHBuFPIU>
- S.2, Ep.13. "Games People Play". Directed by Michael Spiller. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-13.html#.WuDKMRuFPIU>
- S.2, Ep.14. "The Fuck Buddy" / "The Sex Buddy". Directed by Darren Star. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-14.html#.WuDKRRuFPIU>

S.2, Ep.15. "Short-comings". Directed by Alan Taylor. Written by Terri Minsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-15.html#.WuDKWhuFPIU3>

S.2, Ep.16. "Was It Good For You?". Directed by Dan Algrant. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-16.html#.WuDKfxuFPIU>

S.2, Ep.17. "Twenty-Something Girls vs. Thirty-Something Women". Directed by Dan Algrant. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-17.html#.WuDKlhuFPIU>

S.2, Ep.18. "Ex and the City". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King, Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-18.html#.WuDKtxuFPIU>

Season 3 (2000)

S.3, Ep.1. "Where There's Smoke...". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-1.html#.WuDK0huFPIU>

S.3, Ep.2. "Politically Erect". Directed by Michael Patrick King. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-2.html#.WuDK6RuFPIU>

S.3, Ep.3. "Attack of the 5'10" Woman". Directed by Pam Thomas. Written by Cindy Chupack. URL: http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-3.html#.WuDK_RuFPIU

S.3, Ep.4. "Boy, Girl, Boy, Girl..." Directed by Pam Thomas. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-4.html#.WuDLERuFPIU>

S.3, Ep.5. "No Ifs, Ands, or Butts". Directed by Nicole Holofcener. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-5.html#.WuDLQRuFPIU>

S.3, Ep.6. "Are We Sluts?". Directed by Allison Anders. Written by Cindy Chupack.

URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-6.html#.WuDLLRuFPIU>

S.3, Ep.7. "Drama Queens". Directed by Allison Anders. Written by Darren Star. URL:

<http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-7.html#.WuDLWxuFPIU>

S.3, Ep.8. "The Big Time". Directed by Allison Anders. Written by Jenny Bicks. URL:

<http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-8.html#.WuDLbBuFPIU>

S.3, Ep.9. "Easy Come, Easy Go". Directed by Charles McDougall. Written by Michael

Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-9.html#.WuDLgBuFPIU>

S.3, Ep.10. "All or Nothing". Directed by Charles McDougall. Written by Jenny Bicks.

URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-10.html#.WuDLmxuFPIU>

S.3, Ep.11. "Running With Scissors". Directed by Dennis Erdman. Written by Michael

Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-11.html#.WuDcsBuFPIU>

S.3, Ep.12. "Don't Ask, Don't Tell". Directed by John David Coles. Written by Cindy

Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-11.html#.WuDcsBuFPIU>

S.3, Ep.13. "Escape from New York". Directed by John David Coles. Written by Michael

Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-13.html#.WuDc2huFPIU>

S.3, Ep.14. "Sex and Another City". Directed by Michael Spiller. Written by Jenny Bicks.

URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-14.html#.WuDc7BuFPIU>

S.3, Ep.15. "Hot Child in the City". Directed by Michael Spiller. Written by Allan Heinberg. URL: http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-15.html#.WuDc_xuFPIU

S.3, Ep.16. "Frenemies". Directed by Michael Spiller. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-16.html#.WuDdHRuFPIU>

S.3, Ep.17. "What Goes Around Comes Around". Directed by Allen Coulter. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-17.html#.WuDdMhuFPIU>

S.3, Ep.18. "Cock-a-Doodle-Do!". Directed by Allen Coulter. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-18.html#.WuDdRhuFPIU>

Season 4 (2001 – 2002)

S.4, Ep.1. "The Agony and the 'Ex'-tasy". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-1.html#.WuDdZhuFPIU>

S.4, Ep.2. "The Real Me". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-2.html#.WuDdeBuFPIU>

S.4, Ep.3. "Defining Moments". Directed by Allen Coulter. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-3.html#.WuDdiRuFPIU>

S.4, Ep.4. "What's Sex Got to Do with It?". Directed by Allen Coulter. Written by Nicole Avril. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-4.html#.WuDdmxuFPIU>

S.4, Ep.5. "Ghost Town". Directed by Allen Coulter. Written by Allan Heinberg. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-5.html#.WuDdrxuFPIU>

S.4, Ep.6. "Babytalk Is Cheap". Directed by Allen Coulter. Written by Cindy Chupack.

URL: [http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-6.html#.](http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-6.html#.WuDdxBuFPIU)
WuDdxBuFPIU

S.4, Ep.7. "Time and Punishment". Directed by Michael Engler. Written by Jessica Bendinger. URL: [http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-7.html#.](http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-7.html#.WuDd1xuFPIU)WuDd1xuFPIU

S.4, Ep.8. "My Motherboard, My Self" Directed by Michael Engler Written by Julie Rottenberg & Elisa Zuritsky. URL: [http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-8.html#.](http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-8.html#.WuDd7huFPIU)WuDd7huFPIU

S.4, Ep.9. "Sex and the Country". Directed by Allen Coulter. Written by Allan Heinberg. URL: [http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-9.html#.](http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-9.html#.WuDeABuFPIU)
WuDeABuFPIU

S.4, Ep.10. "Belles of the Balls". Directed by Allen Coulter. Written by Michael Patrick King. URL: [http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-10.html#.](http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-10.html#.WuDeEhuFPIU)WuDeEhuFPIU

S.4, Ep.11. "Coulda-Woulda-Shoulda". Directed by David Frankel. Written by Jenny Bicks. URL: [http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-11.html#.](http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-11.html#.WuDeShuFPIU)WuDeShuFPIU

S.4, Ep.12. "Just Say Yes". Directed by David Frankel. Written by Cindy Chupack. URL: [http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-13.html#.](http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-13.html#.WuDeaxuFPIU)WuDeaxuFPIU

S.4, Ep.13. "The Good Fight". Directed by Charles McDougall. Written by Michael Patrick King. URL: [http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-13.html#.](http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-13.html#.WuDeaxuFPIU)WuDeaxuFPIU

S.4, Ep.14. "All That Glitters". Directed by Charles McDougall. Written by Cindy Chupack. URL: [http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-14.html#.](http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-14.html#.WuDerxuFPIU)WuDerxuFPIU

S.4, Ep.15. "Change of a Dress". Directed by Alan Taylor. Written by Julie Rottenberg & Elisa Zuritsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-15.html#.WuDexhuFPIU>

S.4, Ep.16. "Ring A Ding Ding". Directed by Alan Taylor. Written by Amy B. Harris. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-16.html#.WuDe2xuFPIU>

S.4, Ep.17. "A 'Vogue' Idea". Directed by Martha Coolidge. Written by Allan Heinberg. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-17.html#.WuDfAhuFPIU>

S.4, Ep.18. "I Heart NY". Directed by Martha Coolidge. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-18.html#.WuDfFBuFPIU>

Season 5 (2002)

S.5, Ep.1. "Anchors Away". Directed by Charles McDougall. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-1.html#.WuDfJxuFPIU>

S.5, Ep.2. "Unoriginal Sin" Directed by Charles McDougall Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-2.html#.WuDfPRuFPIU>

S.5, Ep.3. "Luck Be an Old Lady". Directed by John David Coles. Written by Julie Rottenberg & Elisa Zuritsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-3.html#.WuDfUxuFPIU>

S.5, Ep.4. "Cover Girl". Directed by John David Coles. Written by John David Coles. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-4.html#.WuDfchuFPIU>

S.5, Ep.5. "Plus-One is the Loneliest Number". Directed by Michael Patrick King. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-5.html#.WuDfhxuFPIU>

S.5, Ep.6. "Critical Condition". Directed by Michael Patrick King. Written by Alexa Junge. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-6.html#.WuDfvRuFPIUM>

S.5, Ep.7. "The Big Journey". Directed by Michael Engler. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-7.html#.WuDfzxFPIU>

S.5, Ep.8. "I Love a Charade". Directed by Michael Engler. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-8.html#.WuDf6BuFPIU>

Season 6 (2003 – 2004).

S.6, Ep.1. "To Market, to Market". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-1.html#.WuDiRRuFPIU>

S.6, Ep.2. "Great Sexpectations". Directed by Michael Patrick King. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-2.html#.WuDiLxuFPIU>

S.6, Ep.3. "The Perfect Present". Directed by David Frankel. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-3.html#.WuDiHRuFPIU>

S.6, Ep.4. "Pick-A-Little, Talk-A-Little". Directed by David Frankel. Written by Julie Rottenberg, Elisa Zuritsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-4.html#.WuDiBxuFPIU>

S.6, Ep.5. "Lights, Camera, Relationship!". Directed by Michael Engler. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-5.html#.WuDh8huFPIU>

S.6, Ep.6. "Hop, Skip, and a Week". Directed by Michael Engler. Written by Amy B. Harris. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-6.html#.WuDh3xuFPIU>

S.6, Ep.7. "The Post-It Always Sticks Twice". Directed by Alan Taylor. Written by Liz Tuccillo. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-7.html#.WuDhFhuFPIU>

S.6, Ep.8. "The Catch". Directed by Alan Taylor. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-8.html#.WuDhMRuFPIU>

S.6, Ep.9. "A Woman's Right to Shoes". Directed by Tim Van Patten. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-9.html#.WuDhAxuFPIU>

S.6, Ep.10. "Boy, Interrupted". Directed by Tim Van Patten. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-10.html#.WuDg8BuFPIU>

S.6, Ep.11. "The Domino Effect". Directed by David Frankel. Written by Julie Rottenberg & Elisa Zuritsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-11.html#.WuDg2RuFPIU>

S.6, Ep.12. "One" Directed by David Frankel. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-12.html#.WuDgxxuFPIU>

S.6, Ep.13. "Let There Be Light". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-13.html#.WuDgthuFPIU>

S.6, Ep.14. "The Ick-Factor". Directed by Wendy Stanzler. Written by Julie Rottenberg, Elisa Zuritsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-14.html#.WuDgnhuFPIU>

S.6, Ep.15. "Catch-38". Directed by Michael Engler. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-15.html#.WuDgixuFPIU>

S.6, Ep.16. "Out of the Frying Pan". Directed by Michael Engler. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-16.html#.WuDgeBuFPIU>

S.6, Ep.17. "The Cold War". Directed by Julian Farino. Written by Aury Wallington. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-17.html#.WuDgYhuFPIU>

S.6, Ep.18. "Splat!". Directed by Julian Farino. Written by Jenny Bicks, Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-18.html#.WuDgOBuFPIU>

S.6, Ep.19. "An American Girl In Paris (Part Une)". Directed by Tim Van Patten. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-19.html#.WuDgIhuFPIU>

S.6, Ep.20. "An American Girl In Paris (Part Deux)". Directed by Tim Van Patten. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-20.html#.WuDgBhuFPIU>

РОЗДІЛ 4

КОМУНІКАТИВНО-КОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ ОКАЗІОНАЛЬНОГО СЛОВОТВОРЕННЯ У СУЧАСНОМУ АНГЛІЙСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ

Відповідно до функцій драмедії (див. розд. 2), основними завданнями ОЛО у досліджуваному кінодискурсі є *атракція* (привертання уваги глядача, інтрига, саспенс, виклик подиву, розважання) та *маніпуляція* (апелювання до цінностей аудиторії, вплив на формування образу героя, ідентифікація колективного глядача зі створеним образом). Виконання вищезазначених завдань у драмедії уможлиблюється реалізацією КС маніпулювання у двох її проявах: маніпулятивна самопрезентація (1167 ОЛО, 48%, у 614 ОМК, 48%) та маніпулятивна презентація інших персонажів (1264 ОЛО, 52%, у 665 ОМК, 48%).

4.1 Оказіональне словотворення у реалізації стратегії маніпулятивної самопрезентації

Згідно з головною функцією драмедії розважати й емоційно впливати на масового адресата [4, с. 51], персонажам драмедії «СТМ» надається можливість самовиразитися у рамках стратегії маніпулятивної самопрезентації за допомогою вживання нестандартних експресивних ОЛО. **КС маніпулятивної самопрезентації** (1167 ОЛО, 48%, у 614 ОМК, 49%, Додаток Д, *табл. Д.1–Д.3*), детермінована мультимодальною природою кінодискурсу та динамічною єдністю вербально-невербальних аспектів, у драмедії «СТМ» втілюється **КТ** [4], репрезентованими сукупністю **КП** (Додаток Д, *табл. Д.1*). КТ включають:

→ кооперативні КТ (826 ОЛО, 71%, 435 ОМК) – як адресант, так і адресат поділяють спільні фонові пропозиційні знання, внаслідок чого інтерпретація повідомлення відповідає комунікативній інтенції (на дієгетичному рівні), ілюструючи «готовність адресата декодувати повідомлення адресанта» [1];

→ некооперативні КТ (341 ОЛО, 29%, 179 ОМК) – спрямовані на порушення мовленнєвої гармонії, антипатію та відчуження співрозмовників [14, с. 102; 26].

Мета позитивної самопрезентації – підтримання «позитивного обличчя», тобто «публічного іміджу, створеного на основі власного уявного образу» [47, с. 209] шляхом відповідних КП.

4.1.1 Тактика передачі позитивної інформації про себе шляхом прийомів самореклами, екземпфікації. Здійснюється на основі фактичного багажу, «заснованого на чітких відомостях і даних» [4, с. 51]. Персонажі особисто надають інформацію про себе, сімейний і професійний статус, вміння, рівень компетентності, з метою справити сприятливе враження без прикрашання інформації.

КТ передачі позитивної інформації про себе заснована на **КП самореклами** (383 ОЛО, 33%, у 202 ОМК, 34%, Додаток Д, *табл. Д.2*), метою якого є неагресивним способом справити позитивне враження на іншого персонажа (дієгетичний рівень) чи на колективного глядача (ектрадієгетичний рівень). Самореклама передбачає демонстрацію власної компетентності, майстерності, досвіду чи відмінності від інших із метою відповідати очікуванням адресанта чи відповідності обраній соціальній ролі [16, с. 130].

Самореклама виражається у комплексі аксіологічно-орієнтованих топиків, основною метою якого є справити позитивне враження на адресата [53], серед яких домінантними є такі: 1) сімейні та релігійні цінності, наприклад: *My name is Samantha, and I'm a loveaholic* (S. 4, Ep. 18); 2) саморозкриття та надання особистої інформації про себе, наприклад: *I'd love to ask you to spend the night, but I've got an early flight to DC. I'm a 5:00am-er. I should get some rest to* (S. 2, Ep. 12); 3) нагадування про власний статус, репутацію, популярність, наприклад: *I am Carrie Bradshaw, a "sex-pert"* (S. 1, Ep. 12); 4) досягнення – нагороди, визнання, наприклад: *I'm a non-model. Not Heidi Klum but the modeliest of the real people* (S. 4, Ep. 2); 5) представлення власної компетентності та освіченості за допомогою наведення фактів, наприклад: *Because I*

was a sex-columnist I was resourceful (S. 6, Ep. 2); 6) інноваційні та креативні ідеї, наприклад: *I tried to find a way for my single-self and my couple-self to co-exist* (S. 4, Ep. 14); 7) характеристика самого себе, наприклад: *It's Carrie. I was just asking if you ever got my e-mail. Shoegal. That's my screen name* (S.4, Ep.6).

Самореклама зустрічається у дружніх перепалках і суперечках, також у монологів, де герої звертаються безпосередньо до глядача. Самореклама є найпоширенішою у репліках Саманти та Керрі, оскільки сам вид занять цих героїнь зобов'язує до самовираження: Керрі – автор колонки секс-порад, Саманта – фахівець у сфері піару. Комунікативно-креативна компетентність Керрі Бредшо («голос за кадром»), від чийого імені й ведеться оповідь у «СТМ», сприяє самореалізації цього персонажа в очах глядачів, як і представленню себе як прикладу для наслідування.

Стилістичними фігурами, які реалізують комунікативний прийом самореклами, є *фігури якості* [10], зокрема епітети, та *фігури наростання* (висхідна градація, що вербалізується різними словотвірними типами ОЛО в одному ОМК).

Фігури якості вербалізуються блендами, композитами, голофразисними конструкціями, афіксальними одиницями і скороченнями (Додаток Д, табл. Д.3).

Бленди складають найчисленнішу групу ОЛО (112 ОЛО, 29%, у 59 ОМК, 30%), оскільки контамінація якнайкраще передає лінгвокреативний потенціал спонтанного мовлення [13, с. 190]. Наприклад, Шарлотт Йорк називає себе *gallerina*, адже є власницею невеликої галереї та називає себе аристократкою-інтелектуалкою, за аналогією з *ballerina* (представниця витонченої та творчої професії), наприклад: – *I used to be a gallerina. Samantha was right. It seemed every aspiring “gallerina” in New York wanted Charlotte's job. She was determined to find the perfect replacement. Someone bright, someone smart, someone like Charlotte* (S. 4, Ep. 7). Керрі натомість називає себе секспертом (*sex-pert*) – фахівцем у сфері інтимних питань, наприклад: *I am Carrie Bradshaw, a “sex-pert”*. (S. 1, Ep. 12).

У мовленні Саманти бленди звучать особливо яскраво, адже вони характеризуються неприхованою відвертістю та натуралістичністю. Яскравим прикладом вербалізації КП самореклами є сцена з епізоду “Boy, Girl, Boy, Girl”, де

Саманта застосовує субституційний бленд *try-sexual* (що водночас є співзвучним іменникові *bisexual* та додатково створює гру слів), характеризуючи себе як представницю покоління сексуальної орієнтації «спробуй все» на тлі дискусії про наслідки сексуальної революції та змішування статей, наприклад: – *That generation is all about sexual experimentation. All the kids are going bi. – So what? If all the Bi-kids jump off a bridge, you're gonna do that too? – I'm a "try-sexual". I'll try anything once* (S. 4, Ep. 4).

Використання блендів відображає іронічно-кмітливе ставлення героїв до себе зокрема та до дійсності загалом, завдяки експресивності та влучності, заснованих на принципі економії мисленнєво-мовленнєвих зусиль.

Композити є другою за репрезентативністю групою, що актуалізує КП самореклами, – 98 ОЛО, 25%, у 51 ОМК, 26%. Наприклад: за допомогою парасинтетичного композита *sex-columnist* Керрі представляє свою сферу професійної діяльності: *Meanwhile, I was finally confident I could heat up my sex life. Because I was a sex-columnist, I was resourceful* (S. 6, Ep. 2). В епізоді “No Ifs or Butts” Керрі розуміє, що не зможе заради коханця пожертвувати своєю пристрастю до паління, й описує власні відчуття еноцентричним композитом зі скороченим другим конститuentом *cold-turkey-rehab*, що буквально означає ‘реабілітація від ломки’, адже конститuent *cold-turkey* позначає «неприємні відчуття, пов’язані з раптовим припиненням вживання наркотичних речовин» [64]: – *Do you wanna get some coffee? – The second he said coffee, I knew I kinda wanted a cigarette. – I'd love it. – <...> coffee turns into a movie, a movie turns into a long walk and a long walk turns into the beginning of cold-turkey-rehab. Smoking is a part of who I am. I'll quit when I want to quit. It won't be because a cute guy told me to. Right?* (S. 2, Ep. 5).

Свої професійні й особистісні характеристики персонажі також жартівливо представляють голофразисними конструкціями (87 ОЛО, 23%, у 46 ОМК, 24%) у функції епітетів, наприклад, Керрі, яка позиціонує себе як особу «Допоможи собі сама»: – *So, tell me about him: the ex. – You know, I have to be honest. I'm not sure I really believe in therapy. I'm more of a "solve-your-own-problems" kind of gal* (S. 1, Ep. 13). А у діалозі з Епізоду 16 “Was it good for you?” сезону 3 персонаж Патрік Кейсі з метою представлення власної професії реалізує КТ передачі позитивної

інформації про себе шляхом самореклами епітетом, вираженим голофразисним оказіональним композитом. Кейсі іронізує, адже натякає Керрі, що заробляє на життя саундтреками до другосортних фільмів жахів. Водночас адресант апелює до пресупозиції глядача, поєднуючи назви трьох культових хоррорів: «Крик» (“Scream”, 1996), «Жахи на вулиці В’язів» (“Nightmare on Elm Street”, 1984) та «Я знаю, що ви скоїли минулого літа» (“I Know What you Did Last Summer”, 1997), наприклад: *Three Marlboros and two Marlboro Lights later I had learned Patrick was a composer, writing music for movies. – What type of movies do you compose for? – Really bad ones. The I-Screamed-When-I-Knew-What-You-Did-Last-Summer-On-Elm-Street types. – As long as you're challenged by what you do* (S. 3, Ep. 16).

Ад’єктивні голофразисні ОЛО виконують функцію складного епітета, що здійснює характеристику предмета на двох рівнях: а) описовий або перцептивний (зовнішні риси явища на основі зорових, слухових, тактильних відчуттів), наприклад: *lean-in-and-kiss-me-goodnight move* (S. 1, Ep. 16), *"generation-something-else" date* (S. 2, Ep. 4), *"date the bisexual guy" affair* (S. 2, Ep. 4), *avoid-each-other-break-up dance* (S. 2, Ep. 9); б) когнітивно-оцінний (висловлення схвалення / осуду / співчуття щодо рис явища чи об’єкта), наприклад: *We're pathetic, live-for-the-moment New York single girls* (S. 1, Ep. 10).

Отже, достатньо висока частотність вживання голофразисних конструкцій у досліджуваному кінодискурсі надає підставу вважати їх складовою ідіостилю автора (у нашому випадку колективного автора) з метою яскравішого змалювання персонажів (екстрадієгетичний рівень) і характерною рисою спонтанного діалогічного мовлення (дієгетичний рівень).

Афіксальні ОЛО складають наступну за чисельністю групу оказіональних актуалізаторів зазначеної тактики, – 73 ОЛО, 19%, у 38 ОМК, 20%. Наприклад: оказіональним суфіксом *loveaholic* Саманта Джонс характеризує своє найбільше захоплення у житті, а для появи на червоній доріжці Саманта обирає сукню, що пасує для підлітка, проте впевнена, що перевершити її буде складно – Саманту не цікавлять вікові чи соціальні упередження: – *So, what can I help you with? – Well, we need to find a red-carpet look for my friend Samantha here. – And I think we found it. – Is*

that maybe a little young? – I don't know. Exactly how old do you think I am? And not that it matters <...> but I am 50-fucking-2 and I will rock this dress (Movie 2, Cocktail for 2).

Скорочення виявилися найменш репрезентативними актуалізаторами КП самореклами (17 ОЛО, 3%, у 7 ОМК, 4%), що переважно жартівливий характер і вживаються у межах ОМК з іншими словотвірними типами ОЛО. Наприклад, Саманта Джонс жартівливо описує район свого тимчасового помешкання, застосовуючи ОЛО *tranny*: – *I am paying a fortune to live in a neighborhood that's trendy by day and tranny by night. – Tranny? – Transsexuals. Chicks with dicks.* (S. 3, Ep. 18). ОЛО *tranny* є скороченням від іменника *transsexual*, конвертованого в прикметник із метою каламбуру та рими з прикметником *trendy*.

Акрокреалізовані скорочення вживаються героєм Стенфорда Блатча, який називає себе *Rick9Plus* на анонімному сайті гей-знайомств, наприклад: *Meanwhile, at a fetish across town, Stanford Blanche had a secret sex life. A very active secret sex life on the Internet as "Rick9Plus." No sooner had Rick9Plus entered the chat room that he got a message from his favorite on-screen pal, "Bigtool4U."* (S. 1, Ep. 12).

Фігури наростання (градація) реалізують КП самореклами, наприклад, в епізоді “The Real Me”, де Керрі запрошують побути моделлю, а героїня, надто захопившись яскравим дійством, переконує себе у своїй неповторності: – *Oh, you look fabulous. You have fabulous seats. Everything's going to be fabulous, I can't think about you anymore, I'm a Model. A non-Model. But I am the modeliest of real people. Oh, and I made them put me in these superhigh-high heels. I'm going to be so freaking swell. I am a SuperModel. I'm gonna supermodel and supersize that!* (S. 4, Ep. 3). У наведеній сцені Керрі підкреслює свою непрофесійність у якості моделі префіксальним дериватом *non-model*, що відіграє роль «порожнього сигніфіканта» [28], тобто неіснуючого синоніма фрази «непрофесійна модель». Конвертований прикметник *model* акцентує на значенні попереднього ОЛО. У наступній репліці Керрі застосовує гіперболізований ОЛО *superhigh-high*, а надалі конвертовані дієслова *supermodel*, *supersize*, що є клімаксом градації.

КТ передачі позитивної інформації про себе, заснована на **КП «екземпліфікації»** (“*exemplification*” [37]), тобто створення достовірного образу героя (поширений у пропаганді прийом «прості люди» (“*Plain Folks*” [37, с. 59]),

прагнення стати прикладом для наслідування [53]. Дії персонажів (якнайповніша передача природного мовлення, створення ілюзії спонтанності у стилізованих діалогах) надають можливість значною мірою ідентифікуватися з глядацьким загалом. У досліджуваній драмедії прийом діє виключно на екстрадієгетичному рівні, адже відображає намір колективного автора якомога правдоподібніше відтворити реалістичність комунікованої інформації.

Основним мовним засобом реалізації екземпліфікації є анафоричні композити (83 ОЛО, 7%, 44 ОМК, 8%) із компонентом *thing*, що відсилають до попереднього чи наступного контексту, наприклад: – *It's official. He's late. – Who? – Mr. Big, who else? – Carrie, that's great. Is it a date? – He called it a thing. He said, "Meet me <...> Meet me for a drink thing."* – *He never used the "D" word. – Well, "thing" is good. – I mean, "thing" comes before date. – Let's hope so. – Where did Skipper go? – I don't know how you can date that younger guy. They're so scattered and unfocused. – We're not dating. It's a "fuck" thing. – Girls, isn't this fun?* (S. 1, Ep. 4). Також у наведеному ОМК «порожній сигніфікат» *thing* (див. розділ 3) у ході діалогу набуває значення евфемізму на позначення інтимних стосунків ("*thing*" *comes before date*), а в наступній репліці колективний автор залишає його у значенні порожньої проформи, що реферує до ініціальної репліки.

Таким чином, шляхом застосування КП самореклами та екземпліфікації колективний автор вимальовує у глядацькій свідомості образ незалежної, самореалізованої сексуально-розкутої жінки, яка повинна стати культовим прикладом для своїх прихильниць.

4.1.2 Тактика передачі інформації про себе шляхом прийому апелювання до асоціацій глядацької аудиторії. КП апелювання до асоціацій глядацької аудиторії (140 ОЛО, 12%, 74 ОМК, 13%, Додаток Д, *табл. Д.2*) дозволяє персонажам надати інформацію про себе, що має на меті встановлення контакту чи підтримання існуючих зв'язків у реалізації КТ передачі позитивної інформації про себе. Реалізація КП ґрунтується на інтертекстуальності, в основі якої – порівняння чи асоціації, що належать до «спільного репозитарію знань» ("*shared knowledge*" [50, с. 78]) колективного автора і колективного глядача – фонових енциклопедичних знань, що

апріорі відомі як колективному автору, так і колективному глядачу (включно з метареципієнтом). Успішність реалізації КП залежить від того, яким чином адресант і адресат поділяють спільні фонові пропозиційні знання, внаслідок чого інтерпретація комунікованого відповідає комунікативній інтенції (на дієгетичному рівні), ілюструючи «готовність адресата декодувати повідомлення адресанта» [1]. З цієї причини, незважаючи на очевидну незрозумілість, колективний автор покладається на можливість інтерпретації колективним адресатом. За допомогою використання сприятливого для колективного автора асоціативного ряду, вербалізованого ОЛО, утвореними за аналогією, ведеться гра з колективним глядачем.

Основним стилістичним засобом реалізації зазначеної КТ у драмедії «СТМ» виявилися інтермедіальні алюзійні дотепи (“allusion-based witticism” [36, с. 44]) – посилення на тексти інших видів мистецтва [17, с. 44], або прецедентні тексти [12]. Конструювання яскравого та самобутнього образу персонажа у досліджуваній драмедії ґрунтується на використанні назв кінофільмів, кіно- та літературних героїв, ресторанних мереж у якості прецедентних явищ, наприклад: *Of course it was OK. I was in Alice-In-Confused-Sexual-Orientation-Land. I realized I had a choice. I could stand up, walk out and prove I was an old fart. Or I could fall down the rabbit hole. So I fell. It wasn't bad. Kind of like chicken* (S. 2, Ep. 4).

Лінгвальна актуалізація алюзій відбувається за допомогою (Додаток Д, табл. Д.3): ОЛО, утворених за аналогією, найчастіше композитів, суфіксатів і так званих «даффініцій» [35]. Наприклад, вербалізована композитом алюзія, заснована на видаленні, заміні чи додаванні фонем / морфем, апелюючи до оригінального контексту (відомих культурних артефактів: кінофільмів, книг, мистецьких об'єктів, популярних імен), створює комічний ефект в ОМК: – *Why can't I have the relationship and the sex life? One or the other? – You gotta me. – We wanna order. Where's the lesbian-du-jour? – Oh, please. She isn't having a relationship.* (S. 5, Ep. 4). Композитна ОЛО *lesbian-de-jour* (алюзія на відому еротичну драму Л. Бунюеля *Belle de Jour* «Денна Красуня» за участю Катрін Денъов, яка вела подвійний спосіб життя –

витонченої аристократки вдень і жінки за викликом вночі – підкреслює іронічно-саркастичний тон і недовіру Міранди до нового захоплення її подруги, Саманти, яка оголосила себе лесбійкою та несподівано для всіх закохалася у жінку.

Мова кінофільму переплітається з реальним мовленням, проте зауважимо, що ОЛО, частота вживання яких у реальному мовленні значно нижча, широко застосовуються у діалогах між героями драмедії. Характерно, що зі стилістичною метою персонажі обігрують нейтральні слова із повсякденного лексикону, поєднуючи на перший погляд ірраціональні чи неприпустимі асоціації, наприклад, застосування оказіональної «даффініції» в ОМК: – *We should open a brothel where the men are cute, and the sheets are 500-count Egyptian cotton. Samantha, you can be the madam. – At least it's something new. We could put one in every neighborhood, like Starbucks. Starfucks. – Such a place doesn't exist in reality because women don't think about sex like that. It's not an animal urge. We need to feel things. We need a connection.* (S. 5, Ep. 7). Саманта та Керрі дискутують про нестачу чоловіків, що зумовлює необхідність стосунків на одну ніч серед одиноких представниць вищих соціальних кіл. Саманта у властивому їй грубуватому стилі пропонує створення закладів на кшталт *Starfucks* (за аналогією з фаст-фуд-мережею *Starbucks*) – готелів, де можна скористатися послугами «чоловіків на одну ніч». На що Керрі, як продуцент респонсивної репліки, заперечує, що це протирічить жіночій природі, адже жінки у першу чергу відчують, а потім задовольняють свої сексуальні потреби.

Алюзії, вербалізовані оказіональними «даффініціями», характеризуються підвищеною експресивністю й апелюють до асоціативного фону глядача, рівня його ерудованості та його соціокультурного досвіду, наприклад, ОЛО, що виникла у результаті заміни компонента ідіоматичного виразу “a friend-in-need”: – *You're my man. And I love you. He's just a friend-in-pain. I would never do this* (S. 4, Ep. 10).

Іншими стилістичними фігурами, що засвідчила високу продуктивність у реалізації зазначеної КТ є метафорична та метонімічна антономазії [9]. У випадку метафоричної антономазії вживаються імена міфологічних героїв, історичних і політичних діячів на позначення типових характеристик. Метонімічна антономазія використовує імена відомих осіб зазвичай для опису зовнішності чи проявів поведінки

[9]. Саме метонімічна антономазія превалює у фактичному матеріалі, наприклад: *How very GeorgeMichael of you!* з алюзією на арешт Джорджа Майкла у 1998 році за обвинуваченням у публічних непристойних діяннях у Сентрал Парк.

Вербальними актуалізаторами антономазії виявилися (Додаток Д, табл. Д.3): композити, афіксати, конверсиви (60 ОЛО, 42%, у 28 ОМК, 41%) та ОЛО, утворені внаслідок гіпостазу) (*if you Polyanna-out on me...*). Основною функцією ОЛО, що реалізують КП апелювання до асоціацій глядацької аудиторії, є сугестивна. Наприклад, в ОМК з епізоду “Anchors Away” антономазія, актуалізована інфіксальною ОЛО *Mary-fucking-Poppins*, натякає глядачам на найвідомішу няньку всіх часів Мері Попінс із однойменного роману Памели Треверс: *Three blissful baby-hours later... – Samantha, what're you doing here? – I'm not Samantha, you are. You have a 5:30 appointment with John Mandy at the John Mandy Salon. Go. – What? I can't take your... – I'm counting to five, then I'm changing my mind. – Really? You want to baby-sit? Okay. I don't know what to say. I can't believe it. – Neither can I, but here I am, Mary-fucking-Poppins (S. 5, Ep. 6). Саманта, яка не терпить дітей, допомагає матері-одиначці Міранді, залишившись на кілька годин з її сином.*

У випадку ОЛО, утворених за аналогією за «сталим значенням» (заміни компонента ідіоматичного виразу без наявного словотвірного зразка у попередньому контексті), алюзія може бути імпліцитною, і неерудованому глядачеві важко її декодувати, наприклад антономазійний суфіксат *Georgette* в ОМК з епізоду “Twenty-Something Girls vs Thirty-Something Women”: *– You better put on some sunscreen. – That's okay, I am Georgette Hamilton. I never burn. – Well, I do. In fact, I've had enough for today. – We should get some rum.* (S. 2, Ep. 17). В ОМК описано, як три подруги відпочивають на пляжі Гемптону, спостерігаючи за забавами закоханої і безтурботної Шарлотт із молодим бойфрендом. У відповідь на застереження Керрі нанести сонцезахисний засіб Шарлотт відповідає, що не має проблем із засмагою. Героїня називає себе Джорджет Гамільтон, натякаючи на актора Джорджа Стівенса Гамільтона, відомого як зірку комедійного хоррору 1979 р. «Кохання з першого укусу» (“Love at First Bite”) про пригоди графа Дракули у Нью-Йорку після вигнання комуністичним урядом із Румунії. Перебуваючи у Гарлемі, горезвісний граф

вимушений прикидатися молодиком і приховувати характерну блідість шкіри. Відповідно, ОЛО *Georgette Hamilton* означає 30-літню жінку, яка не визнає свого віку та користується великою кількістю автозасмаги.

Більшість прецедентних явищ, вербалізованих ОЛО, спрямована на співставлення, порівняння чи переосмислення інформаційно-аксіологічного навантаження шляхом звернення до відомих артефактів, що закарбовуються у пам'яті не лише окремого глядача, а цілої мовної спільноти. Маніпулювання глядацькою свідомістю здійснюється за допомогою звернення до стереотипів глядача із метою змусити переглянути своє розуміння явища і ставлення до нього.

4.1.3 Тактика передачі позитивної інформації про себе шляхом прийому апелювання до емоцій адресата. Застосування зазначеної КТ передбачає характеристику власних відчуттів, емоційного стану, суб'єктивну інформацію, пропущену крізь призму світовідчуття та досвіду героя, що зумовлено емоційністю й експресивністю драмедії як жанру. КП апелювання до емоцій адресата заснований на емпатії, адже «точка перетину уявного (кіносвіту) з дискурсивним (реальним) викликає емпатію та емоційний відгук» [55, с. 149]. У нашому дослідженні «дискурсивний світ» (“discourse world” [55, с. 149]) перегукується зі «спільним репозитарієм знань». Метою КП є апелювати до почуттів, отже у центрі уваги – «перлокутивні інтенсифікатори» [7, с. 57], що є ОЛО, які стають засобом досягнення бажаного перлокутивного впливу завдяки високому імплікатурному навантаженню.

У драмедії «СТМ» КП апелювання до емоцій адресата (220 ОЛО, 19%, 108 ОМК, 20%) превалює у монологіях Керрі, які апелюють до ментально-емоційної сфери глядача та наштовхують на роздуми. Лінгвокреативність героїні слугує інвентарем для переконання, донесення власної думки до глядацького загалу. За допомогою КП апелювання до емоцій адресата встановлюється позаекранна взаємодія між комунікаторами на обох рівнях досліджуваного кінодискурсу.

На вербальному рівні КП апелювання до емоцій адресата актуалізується (Додаток Д, *табл. Д.3*): афіксатами (14 ОЛО, 1%, у 7 ОМК, 0,5%), композитами (110 ОЛО, 50%, у 58 ОМК, 52%), голофразисними конструкціями (30 ОЛО, 14%, у 16 ОМК, 15%), конверсивами (66 ОЛО, 31%, у 35 ОМК, 30%) у складі таких колокацій:

- 1) I feel / felt (I am / was feeling) + ОЛЮ, наприклад: *Right now I'm feeling hey- world-I'm-thirty-five!* (S. 2, Ep. 4);
- 2) I felt / was feeling like + ОЛЮ, наприклад: *When he told me he was leaving, I suddenly had feelings like I let the "almost-40-out-of-work-actor" thing get in the way* (S. 1, Ep. 4); *Nothing makes you feel like more of a non-couple than creating another non-couple* (S. 1, Ep. 3);
- 3) субстантивні ОЛЮ + feelings, наприклад: *Miranda looked at Skipper. The months apart had shed a new light on him. Actually, they'd shed a new light on his shower-free feelings about sex* (S. 1, Ep. 12).
- 4) дієслівна ОЛЮ + feelings, наприклад: *One of the great things about living in New York City is that you don't have to sugar-coat your feelings. But have New York women settled for a sugar-free existence as well?* (S. 6, Ep. 14);
- 5) It's so + ОЛЮ, наприклад: *It's so nineth-grade of you* (S. 4, Ep. 11);
- 6) ОЛЮ + Emotions / Emotional + ОЛЮ, наприклад: – *She "we'd" him. Right in front of me. – How can you have had an emotional mini-drama already* (S. 4, Ep. 5);
- 7) інтенсифікатори damn / hell / fucking + ОЛЮ, наприклад: *you're the hell dump-friendly* (S. 2, Ep. 5), *self-hell aisle* (S. 5, Ep. 3).

Прикладом афіксальної ОЛЮ, що вербалізує КП апелювання до емоцій адресата, може слугувати префіксальна ОЛЮ *anti-romance* із монологу Міранди, яка надзвичайно боїться омріяного більшістю жінок обряду весілля, наприклад: *And let me ask you something. If I'm so anti-romance, why am I having a wedding at all?* (S. 6, Ep. 14). Подібно, в діалозі Керрі та Джо персонаж Джо застосовує префіксальний композит *semi-platonical* із метою характеристики походеньок своєї екс-дівчини, наприклад: – *Grace once dated Brett. And Brett used to live with Joel? – Semi-platonical feelings. – You slept with Dawn. – Before she was with Mark. – Naturally. – Gay, bi, straight. This party was a veritable pool platter of sexual orientation. Seriously, so seventh-grade-spin-the-bottle* (S. 3, Ep. 4). Також у наведеному ОМК вживається конвертована ОЛЮ, яку утворено внаслідок гіпостазу та яка описує відчуття Керрі, спантеличеної нерозбірливістю гетеро- і бісексуальних стосунків.

Композитні ОЛЮ актуалізують КП апелювання до емоцій адресата у ОМК: – *Are you thinking what I'm thinking? – What? – Lou and I are interested in having a child. We*

already have a surrogate, but we need a topnotch egg. What are your feelings about donating one? – I had just experienced single-bashing for the new millennium. I was no longer even considered a person. I was now feeling an eggfarm (S. 1, Ep. 3). Одинокій Керрі Бредшо пропонують стати першокласним донором яйцеклітини для гей-пари (*a topnotch egg*). Керрі відчуває себе збентеженою, адже її сприймають не як особистість, а як ‘фабрику з виробництва яйцеклітин’ (*eggfarm*), що є ‘жбурлянням каміння в незаміжню жінку’ (*single-bashing*), тобто образою для жінки у новому тисячолітті.

Апелювання до емоцій адресата здійснюється двома способами: 1) прямим – у складі формулаїчних колокацій, наприклад: *Oh gosh, Joe and I just got back from New Orleans. So how are you? Are you seeing anyone special? But Miranda wasn't feeling very shecky (S. 3, Ep. 3)* КТ вербалізується конвертованим прикметником *Shecky* (N-Adj), що позначає невідомого брата або сестру знаменитості, що не володіє тим самим фірмовою рисою; відповідно, Міранда апелює до співчуття глядацької аудиторії через відсутність «особливого» чоловіка у своєму житті; 2) непрямим (метафоричним), наприклад, Керрі метафорично називає свій нав'язливий страх побачити Містера Біга оказіональним композитом *see-Big-sickness*, що акцентує на почуттях героїні та спрямований викликати розуміння й емпатію: – *The next morning I recovered from my see-Big-sickness, while <...> Samantha felt maybe her ship had sailed. She was five days late (S. 2, Ep. 8).*

На стилістичному рівні КП апелювання до емоцій адресата реалізується гіперболою, гіперболічними порівняннями, які акцентують на явному перебільшенні та виразності висловлення, що властиво пафосно-іронічному тону драмедії; епітетами, антономазією та метафорами, що вербалізуються різними типами ОЛО. Наприклад, антономазія, вербалізована орфографічним блендом *Kubla-conned*, заснованим на омонімії (*khan* [кх:н] ‘хан’ та *con* [кхн] ‘обман, шахрайство’), у ОМК: *Richard and Samantha awoke in the comfort of the Kubla Khan Suite. – I'm sorry to interrupt, Richard. – It's not a problem, Terry. Apparently, there were no old maids at the Taj Mahal. – Terry, was it? That ought to be easy to remember. Terry, with her terrycloth towels. Samantha had the distinct feeling she was being Kubla-conned. – Thank you. – Samantha, you're not actually jealous of a casino cleaning lady, are you. – No. I just find it*

impressive that you seem to know the name and cup size of every woman who works here (S. 5, Ep. 3). Антономазійний конверсив *Kubla-conned*, співзвучний назві неопублікованого твору С. Колріджа “Kubla Khan: the Vision of a Dream”), створює гру слів і реалізує КП апелювання до емоцій глядацької аудиторії, адже викликає емпатію жінок, які страждали від ревнощів до невірних партнерів.

Персонажі вдаються до метафор під час опису почуттів і власних емоційних станів, вербалізуючи їх різними типами ОЛЮ. Наприклад в ОМК з епізоду “The Ghost Town” Саманта розчарована досвідом нудних і надто романтичних лесбійських стосунків, які вона називає *emotional chow-chow* ‘емоційною нудотою’, застосовуючи okazionalnyi звукоімітуючий редуплікатив, що порівнює романтичні почуття зі звуком монотонного чавкання, наприклад: – *You see, Samantha's my friend. I'm going with Samantha and her lesbian lover, and I am proud. <...> All we ever do is lie around, take baths together and talk about feelings. – I think they call that a relationship. – I don't know how you people do it. All that emotional chow-chow. It's exhausting* (S. 4, Ep. 5).

Фігури експресивного синтаксису, зокрема риторичні питання, реалізують КП апелювання до емоцій адресата переважно у заключній частині епізодів, де Керрі звертається безпосередньо до глядача, сподіваючись викликати зворотній зв'язок, часто застосовуючи okazionalni бленди, що конденсують проблематику епізоду в одну інфомістку експресивну ОЛЮ, наприклад: *As I tried to scrub the smell of uncooked ochre off me I started thinking: what about sexpectations? We're aware as smart single women that we can't expect perfection. But life still manages to throw us curve balls. Maybe once you're into your mid-thirties, it shouldn't be called dating, it should be called waiting for the other shoe to drop.* (S. 6, Ep. 2). Керрі, шукаючи відповідь на запитання, чи може неспівпадіння сексуальних темпераментів поставити хрест на чудових відносинах у парі, застосовує бленд *sexpectations* ‘сексуальні очікування’, який підсумовує головну ідею всього епізоду – як реагувати жінці у випадку невиправданих сексуальних сподівань. Шляхом апелювання до особистого досвіду кожної глядачки відбувається солідаризація Керрі з адресатом.

Отже, в основі КТ передачі позитивної інформації шляхом апелювання до емоцій адресата – солідарність із глядацькою аудиторією, намагання знайти точки

перетину у віртуальному спілкуванні колективного автора з колективним адресатом стосовно актуальних проблем, що ґрунтується на емпатії. ОЛО, які прямим і метафоричним способом вербалізують зазначену КТ, є емоційно-прагматичними індикаторами, що акцентують увагу на емоціях персонажів у стереотипних життєвих ситуаціях та апелюють до відповідних почуттів глядацької аудиторії. Оскільки апелювання до емоцій адресата реалізовує маніпулятивний вимір самопрезентації, зазначимо, що «інтенція адресанта є успішно реалізованою, якщо йому вдається викликати відповідну реакцію адресата – переконати, інформувати, шокувати тощо. Відтак важливим є покладатися на «когнітивну релевантність повідомлення» [48, с. 93] – здатність зменшувати когнітивні зусилля глядача, проте інтенсифікувати емоційне навантаження. Застосування ОЛО як інструментарію КП спрямоване на «узгодження мовної та ціннісної картин світу комунікантів» [13, с. 56].

Таким чином, КТ передачі позитивної інформації про себе шляхом КП апелювання до емоцій адресата у драмедії «СТМ» сприяє конструюванню образу героїні, релевантного до ціннісно-світоглядних характеристик глядацької аудиторії.

4.1.4 Тактика передачі негативної інформації про себе шляхом прийому невічливості. Розмовна мова надзвичайно емоційна [50], що у кіномові як максимально наближеному відповіднику реального мовлення проявляється у частотному використанні лайливої лексики у ролі прагматично-дискурсних маркерів [51]. КТ передачі негативної інформації про себе апелює до емоцій адресата й актуалізується КП невічливості (71 ОЛО, 6 %, 37 ОМК, 7%, Додаток Д, *табл. Д.2*) за допомогою обценної лексики та непристойного гумору, основною метою якого у драмедії «СМТ» є зменшення емоційного розвантаження під час розмови. Однак зазначимо, що вживання пейоративної лексики та лексики-табу в аналізованих ОМК має жартівливе забарвлення, наприклад: – *I say we get all dressed up and go out for drinks Friday night. – I'll wear my new Prada. – I'm in. – Excellent. – Shit, motherfucker fuck shit. – There's a "Shit-motherfucker-fuck-shit" situation?* (S. 6, Ep. 4). Також героїні

акцентують на своїй особистій сексуальній свободі, вживаючи лексику, що, як правило, не личить жінкам, наприклад: – <...> *I'm asking you not to judge me. – Who am I to judge anyone? I had bangs in the 80s. – I have cybersex on the Internet. – And this would be the nonjudgment part?* (S.1, Ep. 12).

КП невічливості заснований на дисфемізації та використанні пейоративно-забарвлених ОЛО, у складі яких є нецензурні компоненти і які не набувають нового значення, а радше виражають характерний для природного мовлення емоційний стан мовців, наприклад: – *I'm sorry, his date can't speak right now. – Whom may I say is calling? – His wife! – Numb-nuts, your wife's on the phone. – You told me you were divorced. – I'm not really divorced. I'm really separated* (S. 2, Ep. 11).

У драмедії «СТМ» КП превалює у вигуках, погрозах, суперечках, агресивних світських плітках, якими плідно обмінюються герої драмедії шляхом надання негативної оцінки іншим. Наприклад у епізоді “I Heart New-York” Саманта влаштовує Річарду нетипову для себе сцену ревнощів, бо помітила його з жінкою у надто вульгарному взутті (*come-fuck-me heels*), яке носять моделі чоловічих журналів. Дисфемізм, вербалізований композитною ОЛО, виступає у ролі прагматичного дискурсивного маркера – героїня емоційно висловлює своє невдоволення та висловлює своєрідну погрозу, вербалізовану композитною ОЛО *shit-storm*: – *Samantha, a stranger to love, didn't do it very well. – Are you prepared for a shit-storm? – I heard the weather this morning, but they didn't say anything. – Where were you on your lunch hour? I stopped by, and you weren't there. – I was eating. – Eating who? I saw you get into a cab with a woman wearing come-fuck-me heels! Listen, Richard, just tell me you're sleeping with someone else and we'll call it a day.* (S. 5, Ep. 18).

Основними стилістичними засобами актуалізації КП невічливості є слова-табу (63 ОЛО, 88%, у 33 ОМК, 89%, Додаток Д, табл. Д.3) та дисфемізми (8 ОЛО, 12 %, у 4 ОМК, 11%), виражені різними словотвірними типами ОЛО, переважно утвореними за аналогією, де один із компонентів є нецензурним, наприклад: **fuck** (22 ОЛО у 11 ОМК, наприклад: *fuck-thing, dial-a-fuck, fuck-fest, fuck-buddy, abso-fucking-*

lutely, dejafuck, fuckable, fuckenstein, fucktini, friar-fuck, fuckhead, mercy-fuck, fastfuck, unfuckable, come-fuck-me heels, I-hope-that-fucker-doesn't-break-my-heart-again diamond, Mary-fucking-Poppins, starfucks, T.G.I.Fuckday, "Shit-motherfucker-fuck-shit" situation, 50-fucking-two), shit (13 ОЛО у 6 ОМК, наприклад: *docubullshit, full-of-shit guy, shittychic, Westshit street, shitend, shitstorm, Shittypants, bereshit, Shit-motherfucker-fuck-shit" situation, shitparty), dick* (5 ОЛО у 2 ОМК, наприклад: *dial-a-dick, dickalicious, chick-with-a-dick, dickey, dick-candle), bitch* (7 ОЛО, наприклад: *Nevin von Bitchy, McBitch, lebitch, booth-bitch, Judith Bitchy-Mc-Bitch, boy-bitch, psycho-bitch), ass* (2 ОЛО, наприклад: *ass-white, pissass*).

Наприклад, абрєвіатура *T.G.I. Fuckday*, утворєна за аналогїєю вїд поширеного у корпоративному лексиконї англїйського виразу *T.G.I. Friday / Thanks God it's Friday* (буквально ‘нарєштї п’ятниця’ [63]), у ОМК – *So how's Friday at 9:00? – I can't do Friday. – But we always do Friday, it's T.G.I. Fuckday* (S. 6, Ep. 5) – унаочнює емоційне розчарування Керрі, коли вона почула вїдмову драматурга Джека Бергєра провести останній робочий день за романтичним побачєнням.

В епїзодї “Twenty-Something Girls vs. Thirty-Something Women” подруги приїжджають до провїнційного Гємптонса скласти компанїю запрошенїй гостї Керрі. Мїранда та Саманта висловлюють зневагу до локацїї, цинїчно називаючи її *shitty-chic* на протївагу фаворитовї заможних бїзнесменїв стилю *shabby-chic*, наприклад: – *Four bumper-to-bumper hours later, we arrived at our new digs. They said this place was shabby-chic, I'm thinking it's much more shitty-chic.* (S. 2, Ep. 17).

Отже, основними засобами вербалїзацїї КП неввїчливостї є експресивно-оцїннї номїнацїї – епїтети, апелїативи, нїкнейми й ОЛО з емоційною конотацїєю, що виступають у ролї прагматично-дискурсних маркерїв, тобто не набувають нового лексичного значєння, а виражають жартївливо-негативнї емоцїї персонажа.

4.1.5 Тактика акцентування на негативнїй інформацїї про себе шляхом прийому епатажу. КТ дозволяє «акцентувати на нестандартних їндивїдуальних якостях особистостї» ї заперечувати загальноприйнятї норми поведїнки [4, с. 52].

Наприклад, Саманта часто застосовує КП епатажу (141 ОЛО, 12%, 74 ОМК), акцентуючи на своїй несхожості з іншими шляхом експлуатації теми «розпусності, сексуальної свободи, насмішливого ставлення до традиційних, особливо релігійних цінностей» [5, с. 110]. Сама героїня, «чоловік у спідниці», за словами її подруг, презентує себе таким чином: *I'm doing it like a man, practising love 'em and leave 'em liaisons'* (Movie 2). Також Саманта часто розповідає про шокуючі подробиці свого інтимного життя та відкрито обговорює своє ставлення до сексу й інших тем-табу, навмисне акцентуючи на своїй гіпертрофованій сексуальності та готовності відкрито заявляти про неї. Наприклад, за допомогою відвербальних композитів Саманта описує своє захоплення нетрадиційними забавами для дорослих, особливо у присутності Шарлотт: – *We have a tea-bag situation. – Oh I understand. <...> When you're sucking his balls. – What? No. I was talking about Harry leaves his old tea packs around the house. – Oh I thought you meant tea-bagging. When you hold a guy's balls in your mouth. <...> Because they hang. And the dipping.* (S. 6, Ep. 9).

КТ акцентування на негативній інформації про себе шляхом КП епатажу вербалізується (Додаток Д, табл. Д.3): ОЛО, утвореними за аналогією (59 ОЛО, 42%, 31 ОМК, 43%) та конверсивами (48 ОЛО, 34%, 25 ОМК, 34%) у конструкціях, як-от: **like / as if + I + be + ОЛО** (наприклад, *like I was fuckenstein*, etc.), меншою мірою композитами (34 ОЛО, 24%, у 18 ОМК, 24%). На стилістичному рівні КП епатажу реалізується порівняннями, антитезами, метафорами. Наприклад, оказіональний бленд *fuckenstein* уживається Самантою після скарг адміністратора готелю про велику кількість чоловіків-відвідувачів у її номер, що могло б зашкодити репутації закладу: – *You're bad for the building. – What? – You have too many visitors. – They practically chased me with torches like I was fuckenstein. – Oh, relax, they can't evict you for having sex. – Of course not, they're just jealous* (S. 3, Ep. 6). ОЛО *fuckenstein* відносить глядача до екранізації твору М. Шеллі «Франкенштайн» 1931 р., в останніх сценах якого безжальна юрба селян переслідує монстра з факелами з метою помститися. За допомогою ОЛО, що буквально означає 'сексуальний, похитливий

монстр' у функції порівняння, Саманта реалізовує КТ акцентування на негативній інформації про себе.

Прикладом конвертованої ОЛО, що реалізує КП епатажу, є дієслово, конвертоване з власного імені за «комплементною метонімічною моделлю» (див. розділ 3). Керрі вживає порівняння *like I Pol-Potted something*, конвертуючи ім'я у дієслово, і тим самим відносить глядача до камбоджійського диктатора-тирана Пола Пота, який знищив мільйони співвітчизників, наприклад: – *Oh, my God, did you see the way she looked at me? – Did you see the look her friend shot us? – Contempt, like I Pol-Potted something. – He's dead. – She wishes I was.* (S. 3, Ep. 17). Керрі у ролі коханки колишнього бойфренда свідомо акцентує на зневазі Бігової дружини, намагаючись дошкулити останній.

Композитні ОЛО, що показово ілюструють схильність Саманти епатувати публіку зневажливим ставленням до теми релігії, реалізовані в епізоді “Cock-A-Doodle-Do”, де об'єктом пристрасті Саманти стає священнослужитель, похить до якого не може та не збирається контролювати, наприклад: – *Samantha, your face is glowing, did you get a facial or something? – I masturbated all afternoon. <...> I masturbated to my priest. – Your priest? – Friar-fuck. – Ok, I think we might have to get Charlotte a crash helmet. – You have a priest? – No, no, no...she wants him, but she can't have him. It's all very Thorn-Birds.* (S. 4, Ep. 1). Саманта виправдовує свою репутацію «самця в спідниці», викликаючи змішані почуття навіть у звиклих до її експериментів подруг. Разом із тим, героїня акцентує на індиферентному ставленні до всіх релігійних конгрегацій за допомогою оказіонального композита *Friar-fuck*, що походить від одиниці *Friar* ‘монах, член францисканського ордену’ [59]. У даній комунікативній ситуації Керрі демонструє своє збентеження за допомогою алюзії на роман К. Макалоу «Ті, що співають у терні» про заборонені відносини духовного наставника та його підопічної.

Маніпулятивний вимір КТ акцентування на негативній інформації про себе проявляється в абсолютно протилежному ефекті на глядацьку аудиторію: скандальна поведінка Саманти, її агресивна сексуальність і нетрадиційні погляди на стосунки, з одного боку, провокують неоднозначну реакцію колективного глядача, з іншого, –

певним чином сприяють привертанню уваги. Як наслідок, колективний автор вимальовує образ харизматичної «антигероїні», що йде всупереч загальноприйнятим стандартам, проте витівки якої приносять естетичне задоволення глядачам.

4.1.6 Тактика самоглузування шляхом прийомів саморозкриття та «втечі від саморозкриття». Психологи вважають, що КТ самоглузування (“self-denigrating humour” / “self-disparaging humour” / “self-deprecating humour” / “self-mockery” / “self-directed joking”) характерна для різного роду меншин (етнічних, сексуальних тощо), які апріорі позиціонують себе як меншовартісні (*цит. за:* [57, с. 336]). КТ реалізується КП саморозкриття та «втечі від саморозкриття» у кількості 129 ОЛО, 11%, у 68 ОМК, 11%.

КП саморозкриття (“self-disclosure” [41; 42]) – 90 ОЛО, у 45 ОМК – акцентує на слабкості мовця: у випадку невдачі мовцю співчуватимуть, натомість досягнення успіху ще більше підкреслить його чесноти [42]. Реалізація КП, спрямованого на пояснення персонажем власних вчинків, передбачає ідентичного адресанта й адресата. Такий КП превалює у заперечних і питальних синтаксичних конструкціях, включає частотне використання виразів невпевненості, відповідно поширеним є представлення найчастіше близькій людині інформації про себе, власних переживань чи страхів [43]. КП домінує у комунікативних ситуаціях, де персонажі діляться інтимними подробицями, шукають емоційної підтримки. Наприклад, у ОМК: *Look at my fingers. They're like sausages. I can't even get my ring off. <...> the fat ass, the farting, it's ridiculous. I am unfuckable and I have never been so horny in my entire life. <...> That's why you should be married while pregnant, so somebody is obligated to have sex with you. I'm an undesirable* (S. 4, Ep. 16) вагітна Міранда ділиться з Керрі непривабливими аспектами життя вагітної жінки та переживаннями, що вона стала геть непривабливою для чоловіків. Префіксальні ОЛО *unfuckable* та *undesirable*, де останній ще зазнав конвертації в іменник, підкреслюють невпевненість героїні та її нестримне бажання виговоритися.

Саморозкриття передбачає низьку самооцінку, що реалізовується у драмедії переважно за допомогою літот, вербалізованих прикметниковими ОЛО та іменниками з негативними префіксами (*non-*, *un-*, *under-*, *dis-*), суфіксом *-less* та ОЛО

у складі синтаксичних конструкцій *I'm just not....*. Прийом є магістральним у монологів Міранди та гея Стенфорда Блатча. Прикладом складної іменникової ОЛО із заперечним префіксом може стати *maid-of-dishonour* із епізоду “Running with Scissors”: *So we stood and bubble-wrapped, the bride-to-be and her maid-of-dishonour* (S. 2, Ep. 11), який ілюструє докори сумління Керрі, що мала зв'язок з одруженим чоловіком напередодні весілля Шарлотт, переконаної противниці позашлюбних романів. Керрі не може пробачити собі таку поведінку перед важливим днем у житті подруги, вважаючи себе недостойною звання *maid-of-honour* ‘подружка нареченої’, натомість називаючи себе «непорядною подружкою нареченої».

Аналогічно суфіксальна ОЛО *dateless* реалізує прийом саморозкриття в епізоді, де Керрі та Шарлотт діляться страхами та переживаннями: Керрі боїться, що її ідеальні відносини (*anxiety-free relationship*) з Ейденом десь-таки нашттовхнуть на айсберг, а Шарлотт шаленіє, що її так і не запросили на побачення (*dateless freak*) – *While Charlotte was a woman on the verge of a nervous breakdown, my anxiety-free relationship was driving me crazy. – This is nuts. I'm sabotaging the best relationship I've ever had. – Trust me. It's much better to have a man waiting for you than the other way around. Besides <...> I'd be here alone, just some pathetic dateless freak* (S. 3, Ep. 5).

КП «втечі від саморозкриття», за термінологією А. Шютц [52; 53], представляє «оборонну самопрезентацію» (“offensive self-presentation”) – 39 ОЛО, 30%, у 18 ОМК, 30%. КП передбачає відкрите кепкування над собою та спрямований на «збереження позитивного обличчя» [57]. Проте, на відміну від власне саморозкриття, обираючи самоглузування, герої не виправдовуються, а імпліцитно підкреслюють вміння з гумором виходити з незручної ситуації, наприклад, у ОМК: – *We are standing in a group of married or engaged women just trying to avoid the pity-party. – Really and I thought it was cocktail party. – We were the only single people in there. <...> Are you telling me that you didn't see all those “Don't –worry-you'll-find-someone looks?” – Nope, didn't see 'em.* (S. 4, Ep. 1) Міранда та Керрі на коктейльній вечірці дискутують із приводу статусу одинокої жінки. КТ самоглузування реалізується Мірандою за допомогою КП «втечі від саморозкриття» [8], основним засобом реалізації якого є саркастична іронія, вербалізована ендоцентричним

комполитом *pity-party* та голофразисною конструпцією *Don't-worry-you'll-find-someone looks?* Специфіка драмедії пост-феміністичного характеру зумовлює домінування КТ самоглузування у монологах феміністки-циніка Міранди Гоббс та феміністки-філософа-експериментатора Керрі.

КП «втєчі від саморозкриття» вербалізується різними типами ОЛО (Додаток Д, табл. Д.3): комполитами (16 ОЛО, 12%, 8 ОМК, 10%), голофразисними конструпціями (12 ОЛО, 9%, у 6 ОМК, 10%), ономатопейними вигуками (3 ОЛО, 2%, 2 ОМК, 1%), конверсивами (8 ОЛО, 6%, 4 ОМК, 5%). Наприклад, у епізоді 4 допомогою редуплікативного комполита *girl-girl*, де перший ідентичний конструпент підкреслює міру ознаки другого та означає 'гіпердівчина', Міранда реалізує КП «втєчі від саморозкриття»: – *I'm never gonna be a girl-girl. I never will. I'm never gonna be a lotus flower. <...> A girl-girl would want her boyfriend to move in. She also wears make-up to the gym. And makes little hearts above her "I"s....* (S. 3, Ep. 4). Комполитна ОЛО виконує метафункцію кларифікації та запобігання неоднозначному тлумаченню [40]. У наведеному діалозі Міранда з відтінком сарказму підкреслює свою перевагу над «такими дівчатками», адже ніколи не догоджатиме чоловікові.

Прикладом вербалізації КП «втєчі від саморозкриття» конверсивами є ОМК з епізоду “My Motherboard, My Self”, де Міранда з сарказмом констатує, що не може з'явитися на церемонії поховання одною, бо це жалюгідно для 35-літньої жінки, а натомість буде виконувати роль третього лишнього (*to thirdwheel*) із сестрою та її чоловіком: – *But everybody else is very concerned about me because I'm here alone. I didn't realize I needed a date for my mother's funeral. My sister and her husband want me to thirdwheel with them down the aisle 'cause God forbid that I walk it alone, because that would be the real tragedy <...> a single old woman walking behind it* (S. 4, Ep. 8).

На стилістичному рівні ОЛО, актуалізуючи КП «втєчі від саморозкриття», формують стилістичні прийоми висхідної градації, саркастичної іронії, літоти. Прикладом стилістичного прийому висхідної градації може слугувати комунікативна ситуація з Епізоду 13 “Games People Play”, де Керрі після чергової невдачі на любовному фронті з Містером Бігом переконує себе у своїй неповторності: *I feel sorry for Big. I was the best thing that ever happened to him. <...> I'm smart. I'm funny. I*

was the abracadabra. I was totally the “poof” in the relationship. I’ve got more poof in one finger than he could ever have. Sometimes, I poof just hailing a cab. So, I guess it’s better to know now so I can go poof someone else. Someone who deserves me... (S. 1, Ep. 13). У складі стилістичного прийому – ономаатопейний вигук *poof* ‘Ого! Нічого собі!’ [64], який героїня конвертує спочатку в okazіональний іменник зі значенням ‘щось вражаюче, незвичайне’, а далі в дієслово зі значенням ‘зачарувати, вразити’.

Саркастична іронія – неспівпадіння між реальним та інтендованим смислом: персонажі навмисне переводять розмову у жартівливе русло з метою представити себе у позитивному світлі шляхом кепкування над собою, наприклад: *Seeing anyone special? Actually no, but I am seeing a whole bunch of unspecial guys. That’s one of the requirements to date me. Are you special? Sorry! <...> but if you have any unspecial friends could you give ‘em my number. Do any of you have a house plant I could go to dinner with?* (S. 4, Ep. 1). Міранда навмисне виділяє okazіональний суфіксат *unspecial*, щоб іронічно акцентувати на його протилежному значенні.

Саркастична іронія також виражається неокласичними композитами з комбінаторними формами *pseudo-* (значення фальшивості, імітації) і *retro-* (значення застарілості, завершеного терміну дії), які виражають, як правило, зневажливе ставлення, іронію чи навіть сарказм, наприклад: *That night, I started thinking about my retro-relationship. Since high school, most women I know have acquired much in clothes, hair styles, and food. But what about in men?* (S. 6, Ep. 10).

Актуалізацію КТ самоглузування за допомогою літоти, вербалізованої суфіксатом із префіксом *under-*, проілюструємо діалогом Міранди із епізоду “Evolution”: – *My right ovary has given up hope that I will ever get married and have kids. Why bother? I’m a biological underachiever. It’s ironic because that ovary went to Harvard.* (S. 2, Ep. 11). Міранда кепкує з власної природної нездатності народити, незважаючи на блискучі освітні та кар’єрні досягнення.

Отже, КП «втечі від саморозкриття» застосовується у діалогах, де персонажі виправдовують чи засуджують власні дії. КТ самоглузування вживається персонажами з метою запобігання здійснення негативного враження та переведення ситуації у жартівливе русло засобом рефреймінгу.

4.2 Оказіональне словотворення у реалізації стратегії маніпулятивної презентації інших персонажів

КС маніпулятивної презентації інших персонажів (1264 ОЛО, 52%, 665 ОМК, 51%, Додаток Д, *табл. Д.4–Д.6*) реалізується двома кооперативними КТ (КТ позитивної презентації інших персонажів шляхом КП позитивної ввічливості та «сяючих узагальнень» і КТ бондингу шляхом КП жартівливого дражніння) і некооперативною КТ негативної презентації інших персонажів шляхом КП невічливого глузування і КП лейбелінгу.

4.2.1 Тактика позитивної презентації інших персонажів шляхом прийому позитивної ввічливості та «сяючих узагальнень». Метою КТ позитивної презентації інших персонажів, яка передбачає надання характеристики персонажу у діалогах інших персонажів [23], є створення стереотипного іміджу героя-об'єкта презентації, що легко запам'ятовується та викликає довіру та фідбек колективного глядача. Словотвірний аспект сприяє творенню образу героя (екстрадієгетичний) й ототожненню глядацької аудиторії з конкретним персонажем (дієгетичний). КТ спрямована на надання позитивної оцінки іншим персонажам, представлення якнайпривабливішого ракурсу особистості героїв. Як правило, КТ реалізується через КП «позитивної ввічливості» [47, с. 210–212]. Актуалізація КТ позитивної презентації інших персонажів не виходить за межі лексемного та фраземного рівня: основними мовними засобами її реалізації стають ОЛО, утворені шляхом: деривації, словоскладання, телескопії, акронімії; «даффініції» (“daffinitions” [35]).

КП позитивної ввічливості (224 ОЛО, 18%, 118 ОМК, 18%, Додаток Д, *табл. Д.4*) полягає у висловленні компліментів, схвалення чи захоплення співрозмовником. У західній лінгвістиці термін «КП позитивної ввічливості» [27; 47; 57] побутує у опозиції з «КП негативної невічливості». Основна функція – скорочення дистанції між співрозмовниками та «збереження позитивного обличчя (репутації) мовця» [57,

с. 327]. Мовними засобами актуалізації КП (Додаток Д, *табл. Д.6*) виявилися okazіональні апелјативи, переважно композити (130 ОЛО, 58%, 65 ОМК, 57%), та суфіксальні деривати (32 ОЛО, 15%, 16 ОМК, 15%): суфіксальна структура ОЛО дозволяє виразити суб'єктивне світобачення мовця, а композити є «засобом відтворення специфічного зорового, звукового авторського світосприймання... для передачі живого безпосереднього враження» [3, с. 168]). Вербалізується димінутивами, апелјативами та афекціонативами із суфіксом *-y/ie*, *-licious*, що не змінюють значення одиниці, а несуть аксіологічне навантаження, – явище, відоме під назвою «прагматично-семантична еластичність» [22, с. 200], наприклад: – *What do you think, mutey? (S. 3, Ep. 2), Hello, Bradilicious! (S. 6, Ep. 11).*

КП позитивної ввічливості передбачає шляхи налагодження назриваючих конфліктних ситуацій, що актуалізується на стилістичному рівні гумором, що розглядається як одна з технік стратегії ввічливості [57, с. 328]. Тобто гумор виступає одним із основних стилістичних засобів здійснення реперспективізації предметної ситуації [14] (“redressing strategy” [30]) – переінтерпретації комунікативної події із метою досягнення відповідної комунікативної мети. Набір вербальних засобів для реалізації КП позитивної ввічливості залежить від комунікативної інтенції адресанта. Відмітимо, що чоловічі та жіночі персонажі послуговуються різними способами урегулювання конфліктів [27]. На думку А.Зайдмана [57, с. 328], жінки за своєю природою більш ввічливі, тому користуються гумористичними КТ для урегулювання непорозумінь, а чоловіки, на противагу, звертаються до жорсткіших тактик. Оскільки більшість епізодів у драмедії «СТМ» представляють розмови між чотирма подругами, розглядаємо гумор у жіночих балачках (“female talk”, “girl talk” [31; 32]).

Застосовуючи КТ позитивної презентації інших персонажів, Керрі характеризує своїх подруг, застосовуючи такі стилістичні прийоми, як: жартівлива іронія, гіпербола, епітет. Іронія вербалізується такими словотвірними типами ОЛО, як скорочення (20 ОЛО, 9%, у 10 ОМК, 9%), голофразисні конструкції (14 ОЛО, 6%, у 7 ОМК, 6%), Додаток, *табл. Д.6*).

КТ позитивної презентації інших персонажів реалізується двояко: прямо та метафорично. Наприклад, в ОМК з епізоду “The Big Time” – *I better get back to Trey. I think this is it, Carrie. I can feel it: apparently one woman's "Titanic" is another woman's "Love Boat"* (S. 3, Ep. 8) Керрі метафорично називає невдачу в коханні Титаніком, а щасливі стосунки – судном під назвою *Love-Boat*.

КП «сяючих узагальнень» (“glittering generalities” [60]) – 303 ОЛО, 24%, 159 ОМК, 23%, Додаток, *табл. Д.4* – представляє маніпулятивну техніку, протилежну лейбеллінгу, адже її головна мета – акцентувати увагу глядача на загальноприйнятих чеснотах, нав’язуючи адресатові бачення, що може не корелювати з його власним, незважаючи на те викликати підтримку [60]. Проте традиційні асоціації із «сяючими узагальненнями» викликатимуть схвалення, позитивні емоції. У такому контексті колективний глядач отримує не просто констатування інформації, але і її зашифровану аксіологічну оцінку з перспективи колективного автора.

КП «сяючих узагальнень» був виокремлений Інститутом Пропаганди у США ще у 30-х роках минулого століття [60]; КП ґрунтується на акцентуванні позитивних стереотипів, що у цілому можна інтерпретувати як позитивну стереотипізацію. В ОМК із драмедії «СТМ» позитивна стереотипізація переважно заснована на процесі експресивної номінації та деривації. Наприклад, характерним є вживання лексеми *Jew* у складі похідних від неї одиниць (експресивних дериватів, композитів і блендів із цим компонентом) у світлі модного тренду до «євреїзації». Протягом 4 сезону у контексті одруження Шарлотт із Гаррі Голденблаттом і прийняття нею іудаїзму, ОЛО з компонентом *Jew* широко застосовується у діалогах персонажів, що має викликати схвалення цільової аудиторії, адже Гаррі Голденблатт постає у драмедії як ідеальний чоловік – зразковий сім’янин, людина, віддана традиціям свого народу, наприклад: – <...> *You're wonderful. – And Jewish. <...> Charlotte. I have to marry a Jew. – She can marry a gay guy, and you can't marry an Episcopalian? <...> – Apparently, Charlotte had a zsa-zsa-Jew* (S. 5, Ep. 4), буквально ‘Шарлотт була до бісиків закохана в єврея’.

Лексеми з компонентом *jew-* переважно мають жартівливий характер, що віддзеркалює шквал піддражнювання Шарлотт її подругами, наприклад Керрі

називає захоплену єврейською кулінарією Шарлотт *Marta Jewart* за аналогією з іменем кухаря-віртуоза Марти Стюарт: – *Charlotte was hard at work on her fantasy role. Martha Jewart. – Okay, the kugel's in the over. The Matzo Balls are boiling. There's three hours till Sabbath.* (S. 4, Ep. 4).

В ОМК того ж епізоду Керрі застосовує ОЛО *jew-dle* (субституційний бленд від дієслова *doodle* ‘малювати закарлючки’), що можна інтерпретувати як ‘готувати єврейські національні смаколики для нареченого’: – *With her high school boyfriend, Charlotte doodled. With Harry, she jew-dled* (S. 4, Ep. 4). Однак сама героїня зображається у 4 сезоні як найщасливіша з усіх чотирьох подруг жінка, яка нарешті знайшла свого Ідеального Його, навіть прийняла його віросповідання: *Some people are bullied into religion. Charlotte was bubbied* (S. 5, Ep. 6), де конвертоване від запозиченого єврейського іменника *bubbi* означає ‘нянька, бабуся’. Гаррі Голденблатт робить свою дружину щасливою, на відміну від подруг, що все ще «у пошуку». Відтак, можемо стверджувати, що ОЛО з компонентом *jew-* є репрезентатором КТ «сяючих узагальнень».

Іншими репрезентаторами комунікативної тактики «сяючих узагальнень» є виокремлені з ОМК лексеми та їх похідні:

→ **Friend** (‘друг / подруга’, ‘дружба’: 23 ОЛО у 12 ОМК), наприклад: – *I have planned a full day and night of big Abu Dhabi fun. I am gonna turn this interfriendtion into an interfuntion* (Movie 2).

→ **Love** (‘кохання’: 116 ОЛО у 58 ОМК), наприклад: – *Well, that and the fact that I'm not lover-ready. I need a little bikini waxage. – Wednesday night, I took the express elevator to Loverville. – Spasibo. Oh, you speak Russian very well. – My Russian may have been shaky, but I discovered I spoke lover very well* (S. 6, Ep. 14).

→ **Sex** (‘секс’: 153 ОЛО у 74 ОМК), наприклад: *I had slept in Big's and my sex-sheets for two days. Like any good junky, I knew how to hide the evidence* (S. 3, Ep. 7).

Вищезазначені лексеми виступають складниками ОЛО і відображають основну проблематику серіалу – пригоди чотирьох вірних подруг у пошуках неземного кохання шляхом численних сексуальних експериментів. Отже, мета колективного

автора – позитивно показати стереотипну поведінку молодих жінок-кар’єристок у великому місті та викликати підтримку зображуваного способу життя серед жіночого глядацького загалу. У багатьох випадках секс у драмедії ототожнюється з коханням, радше героїні спростовують чи підтверджують цю гіпотезу.

4.2.2 Тактика бондингу шляхом прийому жартівливого дражніння. КТ бондингу як «діяльнісно-орієнтований, реципієнтно-спрямований набір дій і вербальних засобів із метою передати легке ставлення адресата до проблем і володіння контролем над ситуацією» [56, с. 293], переважно застосовується з метою єднання співрозмовників і створення внутрішньогрупового жаргону на протигагу «аутсайдерам» [27], адже мета КТ – з гумором вирішувати проблему, спираючись на внутрішньогрупові зв’язки. Бондинг (“bonding” [26, с. 121]) передбачає зближення персонажів за допомогою «айсбрейкерів» (“ice-breakers” [26, с. 122]) – експресивних нестандартних одиниць. КТ бондингу у драмедії має за мету доброзичливо покепкувати зі співрозмовника, не завдавши загрози репутації (не виступає “face-threatening act” [57]). Під час реалізації тактики бондингу ОЛО виконують роль прагматично-експресивних «бустерів» (“boosters” [14, с. 109]) – одиниць з підвищеною ілокутивною концентрацією гумору, основною метою яких є підкреслити комічність / іронічність комунікативної ситуації.

КТ бондингу реалізується КП **жартівливого дражніння** (“teasing”) – 422 ОЛО, 34%, 221 ОМК, 34%, Додаток, *табл. Д.4*), в основі якого добродушне кепкування, що згладжує напруженість між співрозмовниками, має за мету розрядити ситуацію та підтримувати міжособистісну гармонію. Основними видами зазначеного КП є жартівливе дражніння між близькими друзями і між малознайомими людьми.

Між **близькими друзями** або **коханцями** жартівливе дражніння відбувається у різних формах.

А) «**Підколки**» (“nipping” [27]), які пом’якшують занадто серйозний тон діалогу, у драмедії часто реалізується у діалогах між коханцями (Керрі та Біг,

Шарлотт і Гаррі, Стів і Міранда), які подражнюють один одного, не завдаючи образи, наприклад: – *He's my boyfriend. – Aren't I a little old to be introduced as your boyfriend? – Point taken. From now on, you'll be my man-friend. – That sounds like a dog.* (Movie 2). У діалогах між головними героїнями, які жартівливо скаржаться на свої невдачі на любовному фронті, наприклад, у ОМК: – *I'm telling you, it was like a wall of flesh coming at me. Nothing is scarier than a really big one coming at you. <...> You dated Mr. Big, I'm dating Mr. Too-Big. – You're unbelievable. You broke up with James because he was too small, this guy is too big. Who are you, Goldicocks? – Yep. I'm looking for one that's just right* (S. 2. Ep. 18) – Керрі добродушно кепкує з сексуально-перебірливої у Саманти, вербалізуючи КП жартівливого дражніння конденсованою ОЛО *Goldicocks*, що реферує до казки Р. Сауті «Золотоволоска та три ведмеді» (“Goldilocks and Three Bears”): куштуючи вівсянку, що належала ведмедям, Золотоволоска називала її то холодною, то гарячою. Третя порція була якраз за смаком (“*Ahhh, this porridge is just right,*” she said happily). Саманта підхоплює жартівливий тон і відповідає продуценту ініціальної репліки Керрі за мотивами казки: *Yep. I'm looking for one that's just right.*

Б) «**Фолт-файндинг**» (“*fault-finding*” [49]) є дещо агресивнішою формою підколок, близькою до критики, проте не має за мету відкрито глузувати зі співрозмовника, а застосовується для полегшення напруженої ситуації. Як правило, фолт-файндинг апріорі є жартівливим, оскільки супроводжується штучним перебільшенням, відповідним виразом обличчя мовця тощо [49]. Головним завданням ОЛО в ОМК, що містять фолт-файндинг, є здійснення рефреймінгу [49; 37] / реперспективізації предметної ситуації. Наприклад, Саманта не може змусити себе зустрічатися з чудовим коханцем через його маленький зріст, проте відмінне почуття гумору Джеффа компенсує його зовнішні недоліки. Називаючи Саманту образливим епітетом, вербалізованим композитною ОЛО *whore-store*, Джефф переводить напружену ситуацію з’ясування стосунків у жартівливе русло: – *You shop at the boy's department. – So, what? The clothes fit me better, plus they're cheaper. Where*

do you shop, the big and tall whore-store? – You're nothing but a big dick with a little man attached. – You're nothing but a big pair of tits with too much extra leg room. – Surprisingly, Samantha had found what she was really looking for. And it had nothing to do with size. She'd found a man who made her laugh (S. 3, Ep. 2). Відтак Саманта не може не відреагувати сміхом на жартівливу образу.

В) **Внутрішньогрупові жарти** [57, с. 327], які ґрунтуються на спільному репозитарії знань, апіорі відіграють роль «маркерів внутрішньогрупових меж» [57], адже індивід завжди вживатиме жарти, ліміт яких прийнятний у межах групи, особливо у присутності сторонніх. Оскільки КП жартівливого дражніння переважно застосовується у діалогах між чотирма близькими подругами, послуговуватимемося терміном А. Зайдман «жартівливі відносини» (“joking relationships” [57]), які існують між особами, що за замовчуванням приймають такий формат спілкування, не ображаючись, як-то у сцені, де подруги жартівливо кепкують із Шарлотт, яка надто захопилася нареченим, аж до прийняття іудаїзму. У контексті розмови до Шарлотт вживається апелятив *Charlotte Yorckenblatt*, що саме по собі є блендом прізвищ Йорк (дівооче прізвище Шарлотт) та Голденблатт (прізвище її майбутнього чоловіка), наприклад: – *I think it calls for two cups of Mrs. Harry York Goldenblatt. – Did I miss something, did you get married while I was at work? – No. But that's where we're headed. – You forget, Charlotte Yorckenblatt* (S. 6, Ep. 4).

Внутрішньогрупові жарти реалізуються евфемізмами (фігурами, що дозволяють завуалювати небажану для співрозмовника інформацію) у випадках, коли евфемізація допомагає персонажам уникнути дискомфорту, відкрито обговорюючи статеві проблеми у присутності так званих «аутсайдерів» – третіх осіб, які не відносяться до близького кола спілкування чотирьох подруг. У таких випадках герої переважно послуговуються ониматопейними ОЛО, в основі яких образно-жартівливе обігрування інтимного життя й інтимних частин тіла. Наприклад, в ОМК Шарлотт зізнається подругам про гінекологічне захворювання вульводинію, що турбує її останнім часом і яке спричиняється гормональним дисбалансом і депресивними настроями, через що лікар жартівливо назвав його «синдромом вагінальної депресії»: – *Itching, stinging, burning. It could be vulvodynia. <...> I'm going*

to prescribe a light antidepressant. – But, I'm not depressed. – It's not for you, it's for your vagina. – Stop. I might have vulvodynia. – Vulvo-what-ier? – So, everyday I have to keep a vagina journal. <...> I'm fine but Charlotte maybe your hu-hu would like an order of fries? I guess not. Thank you (S. 4, Ep. 2). Своїм зізнанням Шарлотт викликає вибух іронічних коментарів. Міранда, уникаючи прямої назви статевого органу у присутності офіціанта, вдається до редуплікаційного евфемізму *hu-hu*, розряджаючи ситуацію та заспокоюючи Шарлотт.

Між малознайомими людьми КП жартівливого дражніння відбувається у вигляді флірту або заохочення до інтимних стосунків [49]. Цей різновид жартівливого дражніння також називають «непристойними бесідами» (“improper talk” [49]). Вербалізаторами слугують:

→ суфіксальні ОЛО з суфіксом *-ie / y*, які функціонують як імпліцитні тропи, що передають іронію, сарказм, зневагу, наприклад: – *Evening, miss. – Ahoy, matey. Nice dickey* (S. 5, Ep. 1);

→ аддитивні композити з ідентичними конститuantами, наприклад, у ОМК із епізоду “Attack of the 5’10 Woman”: – *Hey. I really like this wall color. – Yeah. I can't take credit for that. That's Lauren. – Ralph Lauren? – No. Lauren-Lauren. My ex-girlfriend.* (S. 3, Ep. 3) у діалозі між Керрі та її новим знайомим Кевіном виникає непорозуміння: у відповідь на ініціальну репліку Кевіна щодо Лорен, ініціатора своєрідного декору помешкання, Керрі уточнює *Ralph Lauren?*, маючи на увазі відомого дизайнера. Однак Кевін із метою запобігання неоднозначного трактування заперечує *No. Lauren-Lauren* у значенні «саме Лорен, моя колишня».

Жартівливе дражніння як КП КТ бондингу реалізується на стилістичному рівні літотами, застосуванням цитат та алюзій, але переважно за допомогою іронії, яка є імпліцитною, адже безпосередній адресант не завжди може розтлумачити інтендований смисл повідомлення, що апелює до фонових знань. ОЛО, які актуалізують КП жартівливого дражніння, є неінформативними одиницями, однак омонімія, полісемія та експлуатація усталених норм вимагають значно більшої концентрації когнітивних зусиль адресата. Наприклад, в ОМК із епізоду “Boy, Girl, Boy, Girl”, в ОМК із епізоду “Boy, Girl, Boy, Girl”: – *I'm not even sure bisexuality exists. It's just a layover on the way to*

Gaytown. – *Isn't that where next to RickyMartinville?* – *He's open to all sexual experiences. It's hot. – It's not hot. It's greedy. He's double-dipping* (S. 3, Ep. 4) темою дискусії між подругами є бісексуальні стосунки. Лінгвальним засобом вираження іронії є композит *double-dip* (буквально ‘отримувати прибуток із двох різних джерел’ [61]), а в даному ОМК – ‘мати стосунки як з чоловіками, так і жінками’). Іронія ґрунтується на неспівпадінні основного та контекстуального значення ОЛО. Гомосексуальні стосунки позначаються у діалозі синонімічними евфемізмами *Gaytown* (композитна ОЛО) та *RickyMartinville* (алюзійний суфіксат). Міранда іронізує, що незабаром самотнім жінкам не вистачить чоловіків, адже багато хто визнає себе геями, а дехто відкритий до бісексуальних стосунків (*double-dipping*). Відповідно реалізується жартівлива іронія – висловлення докору з жартівливим забарвленням.

Іронія у драмедії «СТМ» представлена двома різновидами: 1) саркастична іронія (прийом “praise by blame” [19, с. 266] + зниження тону, наприклад: – *So, what? The clothes fit me better, plus they're cheaper. Where do you shop, the big and tall whore-store?* та 2) жартівлива іронія (прийом “blame by praise” [19, с. 266] + підвищення тону, наприклад: *Miranda looked at Skipper. – Actually, you'd shed a new light on my shower-free feelings about sex* (S. 1, Ep. 12). В обох випадках іронія актуалізується власне вербальним способом, що реалізується ОЛО та ґрунтується на «прагматичному неспівпадінні значення одиниці та передаваного змісту» [54, с. 57].

Іронія вербалізується (Додаток, табл. Д.6): орфографічними блендами (217 ОЛО, 51 %, у 114 ОМК, 50%), композитами (141 ОЛО, 33%, у 74 ОМК, 32%), скороченнями (34 ОЛО, 8%, у 18 ОМК, 8%), суфіксати (23 ОЛО, 5%, у 12 ОМК, 5%), блендами (7 ОЛО, 2%, у 3 ОМК, 3%). Бленди завдяки високому емотивно-конотативному навантаженню виражають саркастичну іронію. Фонетична співзвучність готової контамінації з принаймні однією вихідною одиницею (“source lexeme” [44, с. 75]) є підґрунтям для гри слів і надає можливість персонажам позмагатися у красномовстві. Крім того, численна група блендів, зокрема субституційних блендів, утворених за аналогією, наприклад: *a mid-wife crisis* ‘жіноча криза після 10 років подружнього життя’. Наприклад у ОМК: – *I had accidental phone sex with Big, <...> I just don't know why I wanna drag all that Big baggage into the new*

relationship. It's not baggage, it's Biggage (S. 6, Ep. 3) Керрі зізнається Міранді та Шарлотт у відновленні стосунків із Містером Бігом, офіційно зустрічаючись з Ейденом. Героїня підкреслює, що надто багато пов'язує її з экс-коханцем, через що неможливо починати стосунки з новим чоловіком. Застосовуючи ОЛО *Biggage* (*Big + baggage*, буквально 'спогади про Біга', одночасно акцентуючи на обсязі: *big baggage*), Керрі Бредшо з гумором ставиться до проблеми, що виникла.

Під таким кутом зору 2-рівнева структура кінодискурсу та наявність опосередкованої глибинної комунікації між колективним автором і глядацькою аудиторією зумовлює виникнення «драматичної іронії» [32, с. 73]. Відповідно, пропонуємо термін «драмедійна іронія» – жартівливе ставлення до стосунків, яке водночас змушує глядача замислитись над їх сутністю, балансом між коханням і сексом, призначенням жінки у ході пост-феміністичних пошуків.

Отже, успішність КП жартівливого дражніння, що реалізує КТ бондингу, базується на готовності як адресанта імпліцитно висловити свою суб'єктивну думку, так і адресата викрити завуальований на когнітивному рівні смисл.

4.2.3 Тактика негативної презентації інших персонажів шляхом прийому невічливого глузування. Основна ціль КП невічливого глузування (“biting” [27]) – 94 ОЛО, 7%, 50 ОМК, Додаток Д, *табл. Д.4*) – створення негативного образу інших персонажів [11], таврування на основі їхніх вад чи невмінь. У центрі КП, основою якого є домінантно-підлеглі відносини адресанта-адресата, – емоційна складова: глузування базується на висміюванні зовнішніх вад і рис адресата [6, с. 101], адже основною інтенцією адресанта є понизити статус співрозмовника чи образити його / її.

КП невічливого глузування може бути експліцитно й імпліцитно вираженим [6]. Оскільки досліджуваний матеріал ґрунтується на репрезентації «жіночих балачок» (“girl talk” [32; 33]), то переважно застосовується імпліцитне глузування. Виражений експліцитно, цей КП послуговується мовними засобами з негативною конотацією і виключення із групи «чужих». Вербальними актуалізаторами КП невічливого глузування у драмедії стали такі типи ОЛО (Додаток Д, *табл. Д.6*): голофразисні конструкції (36 ОЛО, 38%, 19 ОМК, 37%), конверсиви (16 ОЛО, 17%,

8 ОМК, 16 %), композити (37 ОЛО, 39%, 19,5 ОМК, 39%), скорочення (5 ОЛО, 1 %, 3 ОМК, 0,5%). Наприклад, okazionalnyi blend *fag-hag* (скорочення *faggot* ‘гей’ та іменника *hag* ‘стара потворна відьма’), реалізує КП невічливого глузування у сцені пліткування: – *Did you see that picture of Smith Jerrod online? – I can't believe he's gay. I thought he was dating Samantha Jones. – All this time, I thought she had the hottest sex life in New York city. Turns out she's just a fag-hag* (S. 5, Ep. 2). Молоді співробітниця піар-компанії, які люто заздять Саманті через роман із Смітом Джерродом, вигадують, що Сміт – гей, а Саманта підтримує реноме його коханки виключно для самореклами.

Ад’єктивні відвербальні композити можуть бути як конотативно-нейтральними означеннями (наприклад, *bodice-ripping*), так і містити аксіологічну оцінку явища з перспективи мовця (наприклад, *big-boobed bitch*). У епізоді “The Real Me” Шарлотт випробовує себе у ролі свахи, намагаючись звести своїх друзів геїв Ентоні Марантіно та Стенфорда Блатча. На прохання Ентоні описати зовнішність потенційного бойфренда напередодні Шарлотт порівнює його з актором Едом Гаррісом. Після зустрічі Ентоні розчаровується та вживає okazionalnu golofrazisnu konstrukciju *Try-and-a-half-no-hairris* з останнім елементом *hairris*, співзвучним прізвищу актора, натякаючи на облісіння Стенфорда, наприклад: – *Ed Harris? Ed Harris? Try-and-a-half-no-hairris. – I really thought you two would hit it off. – Why because he's gay and I'm gay?* (S. 4, Ep. 2). У наступній сцені цього ж епізоду Стенфорд не може приховати наростаючої антипатії до Ентоні та застосовує щодо нього композитну ОЛО *Yourhighness*, імплікуючи, що Марантіно надзвичайно пихатий і водночас глузуючи з його маленького зросту: – *Where's Yourhighness? – What? – Your little friend, where is he?* (S. 4, Ep. 2).

Наведемо ще один приклад реалізації КП невічливого глузування в ОМК із епізоду “Evolution”, де Міранда під час побачення сперечається із надто егоїстичним колегою: – *<...> what is all this reproductive technology doing for us? Do we want desperate women having babies at 50? Maybe some people aren't supposed to procreate. Maybe this is the world's way of weeding out the weak. – Here's a good idea. Why don't we just eliminate men altogether? I don't need to be lectured about science by a man who's*

doing crop-rotation on his forehead (S. 1, Ep. 11). Ображену Міранду обурює філософія Дона, що самотнім жінкам протипоказане штучне запліднення, адже народжувати самим у п'ятдесятилітньому віці якнайменше нераціонально. У відповідь із метою дошкулити самолюбству Дона героїня реалізує КП невічливого глузування, вказуючи на його зовнішній недолік – облісіння шляхом застосування композитної ОЛО *crop-rotation* ('засівання іншими культурами' [58]) та розширення його значення у контексті – 'терапія по відновленню волосяного покриву'. Варто зазначити, що адресат та адресант помінялися ролями у двох послідовних діалогах, що свідчить про успішність прийому невічливого глузування, адже комунікативна інтенція обох адресантів – висміяти зовнішній недолік – була досягнута.

Маніпулятивна КТ негативної презентації інших персонажів у контексті КП невічливого глузування проявляється у грі на самолюбстві особи, а відтак проекції на недоліки колективного адресанта.

4.2.4 Тактика негативної презентації інших персонажів шляхом прийому лейбеллінгу. КП лейбеллінгу («навішування ярликів» [39]), заснований на використанні сатири, сарказму та висміювання [62], уперше був виокремлений Інститутом Аналізу Пропаганди у 1938 р. Основний засіб реалізації – використання номінації з негативно-сатиричною конотацією на позначення осіб, продуктів їхньої діяльності тощо. Мовними засобами актуалізації КП (221 ОЛО, 17%, 116 ОМК, 16%) є (Додаток Д, *табл. Д.6*): okazionalni blendi (6 ОЛО, 0,5%, 3,2 ОМК, 1%), голофразисні конструкції (51 ОЛО, 23%, 27 ОМК, 23%), композити (99 ОЛО, 45%, 52 ОМК, 44%), афіксати (38 ОЛО, 17%, 20 ОМК, 16%), скорочення (12 ОЛО, 0,5%, 6 ОМК, 1%), конверсиви (15 ОЛО, 1%, 8 ОМК, 1%), що іманентно націлені викликати негативне ставлення адресата. Показовим прикладом реалізації КП лейбеллінгу у діалогах з епізоду 10 “The Babyshower” сезону 1, коли чотирьох подруг запрошують на хрестини до колишньої приятельки і кожна з героїнь мала можливість висловити своє ставлення до материнства, слугують okazionalni голофразисні конструкції (*Samantha threw I-don't-have-a-baby shower*), композити (*father-figure*), конвертовані ономотопейні вигуки (*oohing and ahing*).

КП лейбеллінгу домінує у діалогах, де героїні використовують кумедні номінації з негативною конотацією для характеристики своїх колишніх бойфрендів, в основі яких їх фірмові чи типові риси, наприклад: *modelizer*, *dial-a-dick*, *baby-talker*, *jerk-de-soleil*, *doctor-of-all-trades*, *clam-mouth*, *no-brainer*, *manthrax*. Майже у всіх випадках це – композитні ОЛО парасинтетичного й адитивного типів, а також суфіксати, утворені за аналогією, наприклад: *Barkley, a notorious modelizer was one of those SoHo wonders who maintained a fabulous lifestyle despite never having sold a single painting* (S. 1, Ep. 2). Наведений ОМК ілюструє іронічне ставлення Керрі Бредшо до залицяльника Барклі, відомого ‘любителя моделей’ (ОЛО *modelizer* утворена за аналогією з іменником *womanizer* ‘бабій’).

У 14 епізоді 2 сезону Керрі намагається розпочати серйозні стосунки з Джоном, не маючи до нього жодних почуттів, окрім чудової фізіологічної сумісності. Саманта дещо зневажливо називає такий тип чоловіків ‘чоловік виключно для сексу’, використовуючи дві синонімічні композитні ОЛО *fuck-buddy* ‘друг для сексу’ та *dial-a-dick* ‘хлопчик за викликом’, чим реалізує КП лейбеллінгу: – *Carrie, you can't date your fuck-buddy. – Say it a little louder. <...> Excuse me, "fuck-buddy"? – Come on. A fuck buddy is a guy you probably dated once or twice but the sex is so great, you sort of keep him on call. He's like "dial-a-dick."* (S. 2, Ep. 14).

Голофразисні конструкції імплікують аксіологічне забарвлення і передають пейоративну, навіть дерогативну конотацію, наприклад: – *There is no way the love that I had with Big is same thing he has with Natasha. – Natasha? – When'd you stop calling her the Idiot-Stick-Figure-With-No-Soul?* (S.1, Ep. 18).

На вербальному рівні лейбеллінг представлений двома способами: 1) експліцитним, що передбачає безпосереднє вживання назв із відверто негативним забарвленням без пом'якшення їхнього семантичного навантаження. Найчастіше це – оцінні іменники-композити в атрибутивній позиції, голофразисні конструкції, скорочення та бленди; 2) імпліцитним, який ґрунтується на застосуванні евфемізмів, метафор, алюзій з аналогічною метою – опосередковано апелювати до негативного досвіду чи асоціацій глядацької аудиторії, не називаючи їх прямо, наприклад: *to enter hookerville* ‘to become a prostitute’, *to colour* ‘to have sex’.

Антономазія та порівняння виявилися відносно частотними стилістичними фігурами реалізації КП лейбеллінгу, які вербалізуються голофразисними конструкціями та композитами, вжитими з прикладкою *Mister, Mr*, наприклад: – *Look, Carrie told me that you were quite sexual. In fact, I believe she used the word "maniac."* – <...> – *Mr. MoodSwing* (S. 1, Ep. 11). Значно менш частотними у вербалізації КП стали бленди, прикладом яких є *manthrax* (буквально ‘отруйний чоловік’, див. розділ 3).

Як ілюструють результати проведеного аналізу, героїні драмедії «СТМ» активно користуються оцінними ОЛО, надаючи характеристику іншим персонажам із метою самовираження й експресії.

4.3 Оказіональне словотворення у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій і тактик залежно від структурно-композиційних форм сучасної англомовної драмедії

У світлі розгляду композиційної структури кінодискурсу за одиницю аналізу беремо кінотекст як «аудіо-візуальну подію на екрані, репрезентовану міжперсонажними діалогами, що ґрунтується на взаємодії між власне текстом і фоновими знаннями глядацької аудиторії» [33, с. 28]. Отже, композиція досліджуваної драмедії «СТМ» складається з таких компонентів:

- 1) назва епізоду (супроводжується іншими недієгетичними даними у вигляді акторського складу, режисера та продюсерської групи тощо й аудіо-супроводом у вигляді саундтрека);
- 2) пролог (коментар дієгетичного голосу за кадром);
- 3) основні події у формі чотирьох взаємопов’язаних сюжетів;
- 4) розв’язка – висновок-узагальнення у формі дієгетичного голосу за кадром (головна героїня Керрі); ремарки голосу за кадром також роз’яснюють дії персонажів та дають глядачеві змогу прочитати їх думки.

Для різних структурно-композиційних частин драмедії характерними є різні КС і КТ (Додаток Д, табл. Д.7). Розглянемо їх детальніше.

4.3.1 Оказіональне словотворення у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій і тактик у назві епізоду. Назва епізоду представляє «екстрадієгетичну орієнтацію» (“orientation” [46, с. 369]), що має інформативний характер і створює інтригу для глядацької аудиторії. Для цієї структурно-композиційної частини властиве відносно частотне вживання катафоричних ОЛО, що є ввідним «узагальнюючим концентратом змісту» [18], оскільки їх інтерпретація можлива лише за участю подальшого контексту (*Great Sexpectations*). Причому контекст (розкриваючий) не обмежується реченням, чи навіть комунікативною подією (уточнюючий контекст), а декодування ОЛО передбачає сукупність уточнюючих контекстів, що сприяє накопиченню «інформаційної напруги» [24].

У досліджуваній драмедії назви епізодів зазвичай засновані на грі слів та інтертекстуальності, що реалізує КС маніпулятивної самопрезентації КТ передачі позитивної інформації про себе шляхом застосування КП апелювання до асоціацій глядацької аудиторії.

Головною комунікативною інтенцією колективного автора є створення інтриги та стимулювання інтересу не лише пересічного, а й інтелектуального глядача, що значно розширює цільову аудиторію. Так, КТ передачі позитивної інформації про себе шляхом застосування КП апелювання до асоціацій глядацької аудиторії сприяє провокуванню інтересу шляхом незвичного написання назви загальновідомого артефакту, чи-то креативного новотвору.

Частотність вживання ОЛО у назвах епізодів складає 17% (16 ОЛО у 94 назвах епізодів, Додаток Д, *табл. Д.8*), наприклад, назва епізоду “The Agony and the "Ex"-tasy” є алюзією на біографічну драму 1965 р. про труднощі та піднесення Мікеланджело Буонаротті під час розпису Сікстинської Капели. Назва натякає на тугу героїнь за колишніми коханцями та піднесення від спільного рішення надалі використовувати чоловіків виключно заради задоволення статевих потреб.

Створення інтриги здійснюється таким чином:

→ апелювання до асоціативного фону: колективний автор вдається до низки алюзій, імпліцитно апелюючи до фонових знань, наприклад, “Catch-38” (S. 6, Ep. 15) –

акрокреалізований композит, утворений за аналогією з назвою роману Дж. Хеллера “Catch-22” («Пастка»), де герой намагається різними способами обійти пункт 22 Уставу американської військової бази і опиняється перед важкою дилемою [59]. У драмедії композитна ОЛО *Catch-38* стосується проблем, з якими одинока жінка стикається у віці 38 років та більше, потрапляючи у «віково-кризову пастку»;

→ створення типового для кінодискурсу саспенсу, наприклад, у назві епізоду 2 “Unoriginal Sin” сезону 5 ОЛО *unoriginal* походить від біблійного терміну *original sin* ‘первородний гріх’ і натякає глядацькій аудиторії про потенційно можливі події епізоду. Надалі зазначена ОЛО не вживається в епізоді, проте у сценах і діалогах як уточнюючих контекстах розкривається її значення. Центральним конфліктом епізоду є чергова зрада Річарда Райта, відповідно афіксальна ОЛО *unoriginal* у комбінації з *sin* позначає ‘не вперше вчинений гріх’. Іntenцією колективного автора був намір жартівливим чином відобразити серйозну життєву драму, отже вжита у назві епізоду афіксальна ОЛО *unoriginal* створює інтригу для глядацької аудиторії. Продуктивним засобом створення інтриги та зацікавлення глядацької аудиторії у назвах епізодів є гра слів, що переважно вербалізується ОЛО, утвореними за аналогією, та катафоричними ОЛО, вираженими омонімами й «орфографічними блендами», наприклад: “No ifs, ands or Butts” (S. 3, Ep. 6) – назва епізоду, основна тема якого – відносини взаємоприйняття: персонажі намагаються дізнатися, чи можливо кохати людину такою, як вона є, з усіма дивакуватостями та примхами; паралельно розвивається тема гомосексуальних стосунків, про що і натякає орфографічний бленд у назві (сленгова одиниця *butt* ‘сідниці’ співзвучна зі сполучником *but*), асоціюється з сексуальними меншинами. На грі слів також ґрунтується назва епізоду “Short-comings” (S. 1, Ep. 15), буквально ‘недоліки’, проте у драмедії ОЛО *short-comings* реферує глядача до відносин однієї з головних героїнь із чоловіком низького зросту, що є дуже серйозним недоліком із погляду Саманти;

→ залучення глядача до інтелектуально-мовної гри, наприклад, “Great Sexpectations” (S. 6, Ep. 2) – алюзія на відомий роман Ч. Діккенса “Great

Expectations”/«Великі сподівання», що буквально означає ‘невиправдано високі очікування щодо сексуальних можливостей партнера’. Оскільки назви епізодів співпадають із заголовками колонки порад Керрі Бредшо, то передають її схильність до інтелектуально-експресивного вираження.

Отже, застосування катафоричних ОЛО у назвах епізодів драмедії розкриває комунікативні інтенції колективного автора зацікавити, заінтригувати, привернути увагу незвичною формою тощо. Гра слів та аналогія у назві епізодів виконують функцію налагодження контактів із глядацьким загалом, адже будь-який прояв лінгвокреативності сприяє підвищенню інтересу до проблематики серіалу, інтенсифікації когнітивних зусиль, а як результат – ідентифікації глядачів із персонажами досліджуваної драмедії «СТМ».

4.3.2 Оказіональне словотворення у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій і тактик у вступі. Пролог є ввідною сценою відповідного епізоду та надається голосом за кадром – персонажем із «привілейованою точкою зору» [45, с. 5]. [21], адже персонажі класифікуються [21] як персонажі-учасники та персонажі-медіатори, «рефлектори» (“reflector characters” [45]), за посередництвом яких глядач отримує картину зображуваних колізій. Відповідно Керрі Бредшо є одночасно учасником і медіатором подій, що досягається за допомогою кінематографічного інструмента – дієгетичного позакадрового голосу. Голосом головної героїні представляється постановка стереотипної проблеми стосовно відносин, статусу самотньої жінки тощо, що підтверджується чи спростовується у наступних композиційних частинах.

Найрепрезентативнішими КТ у пролозі виявилися дві КТ КС маніпулятивної презентації інших персонажів (Додаток Д, *табл. Д.8*): КТ позитивної презентації інших персонажів шляхом КП «сяючих узагальнень» (16 ОЛО, 17%) і КТ негативної презентації інших персонажів шляхом КП лейбеллінгу (16 ОЛО, 17% у 94 ОМК, 17%). Оскільки персонаж-медіатор Керрі формулює основну проблему епізоду, вона

надає аксіологічної оцінки наступним подіям, а колективний адресант самостійно обирає, чи погоджуватися з її точкою зору, чи заперечувати її.

Застосування КП «сяючих узагальнень» і лейбелінгу у пролозі надають колективному адресанту «право самостійного судження» [45] – самостійно погоджуватися чи не погоджуватися з трактуванням подій в основній частині, наприклад: *For Miranda, the only thing worse than being Charlotte's 34-year-old bridesmaid was being a 34-year-old bridesmaid without a date. Miranda fell prey to the New York singles event. Multi-dating. \$20 bought you seven mini-dates* (S. 3, Ep. 12). У наведеному ОМК із прологу словами Керрі колективний автор формулює проблему епізоду: мультидейтинг – через небажання Міранди виходити заміж за баристу Стіва, вона захоплюється нетривалими побаченнями всліпу, намагаючись знайти чоловіка, який би відповідав їй за статусом, тобто ідея епізоду – невідповідність статусних очікувань жінки на протигагу небажанню бути самотньою.

У пролозі ОЛО мають переважно інтерстектуальне підґрунтя, тобто основним стилістичним прийомом стає алюзія на відомий літературний твір чи культову стрічку, адже метою ОЛО, які у пролозі виступають у ролі «апетайзерів» (“appetizers”), є викликати «передчуття, цікавість, саспенс, здивування», наприклад: *“Welcome to the age of uninnocence”. No one has “Breakfast at Tiffany”, and no one has “Affairs to Remember”. Instead we have breakfast at 7am, and affairs we try to forget* (S. 1, Ep. 1). Керрі вживає алюзію на драму М. Скорсезе «Епоха невинності» 1993 р., основною ідеєю якої є незмінність традицій і сліпе дотримання правил. Обігруючи назву стрічки префіксом *uninnocence* (буквально ‘невинність, що минула’), героїня натякає, що у сучасному Нью-Йорку все змінилося у круговерті великого міста, підкреслюючи значення ОЛО двома алюзіями на культові стрічки «Сніданок у Тіффані» (1961 р.) та «Незабутній роман» (1957 р.). Тобто Керрі іронізує, що нічого величного у її місті не залишилося, люди губляться у шаленому ритмі та низках невдалих відносин. Отже, Керрі намагається змусити глядача зробити висновок про життя у Нью-Йорку без «наведення доказів і фактажу» [39, с. 59], реалізуючи КП лейбелінгу КС маніпулятивної презентації інших персонажів.

Частотним у пролозі є введення імен дійових осіб і надання їм характеристики відповідно до зовнішніх рис, виду діяльності тощо. Відтак Керрі Бредшо реалізує КТ презентації інших персонажів, що актуалізується КП лейбеллінгу, наприклад: *Most people would classify Amalita as Eurotrash. I thought she was fun* (S. 1, Ep. 3).

Отже, в основі КП лейбеллінгу і «сяючих узагальнень», реалізованих у пролозі, – формування певних установок у глядацькій свідомості, торкаючись стереотипних, дещо гіпертрофованих проблем сучасної жінки – баланс між коханням, сексом і кар’єрою. Оскільки природа установок ціннісна, то відповідно вони повинні корелювати із ціннісно-світоглядними характеристиками жіночого глядацького загалу. У цьому контексті основна функція ОЛО у пролозі – персуазивна.

4.3.3 Оказіональне словотворення у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій і тактик в основній частині. Основні події репрезентують етап «комплікації» та «інтерпретації» [46] сюжетної лінії. Представлені у формі чотирьох сюжетів – двох серйозних і двох комічних, об’єднаних спільною ідеєю: сцена «обговорення», де подруги дискутують із приводу заявленої проблеми, та сюжети, де героїні змальовані в окремих історіях за зазначеною проблематикою [62]). Структурно-композиційна форма драмедії «СТМ» унаочнює три-рівневу модель комунікативної ситуації, де глядач виступає «підслуховувачем» [31; 45], персонажі комунікують між собою і у діалогах представляють різні види інформації про себе та інших персонажів, вживаючи ОЛО з метою надання експресивно-оцінної характеристики, наприклад: *I am now an egg-farm* (S.2, Ep.5) – Керрі застосовує ОЛО *egg-farm* ‘фабрика з виробництва яйцеклітин’, коли друзі запрошують її стати сурогатною матір’ю для їх дитини.

У цій структурно-композиційній частині драмедії реалізовано всі описані КС і КТ (Додаток Д, табл. Д.8). Оскільки драмедія побудована на принципі пліткування, що віддзеркалює ідеологію кожної героїні, КТ як позитивної, так і негативної презентації інших персонажів представлені протягом усього епізоду, адже драмедія

«СТМ» заснована на негативній і позитивній стереотипізації, що подається жартівливим тоном.

Маніпулятивний аспект КТ негативної / позитивної презентації інших персонажів маніфестується у таких видах впливу: 1) провокування іншого персонажа на відповідну реакцію, а відтак і формування виклику для глядацької аудиторії; 2) висловлення симпатії (КП «сяючих узагальнень») чи антипатії шляхом таврування (КП лейбеллінгу) інших персонажів; 3) звернення до емоційної сфери глядацької аудиторії.

За допомогою КТ позитивної презентації інших персонажів героїня Керрі надає оцінку іншим персонажам, найчастіше своїм подругам (*Charlotte: Husband-hunter* (S. 2, Ep. 7)), і їх вчинкам. КТ спрямовано на скорочення соціальної дистанції між співрозмовниками та «збереження позитивного обличчя (репутації) мовця» [55]. У серйозних сюжетах частотно реалізовано КТ позитивної презентації інших персонажів шляхом прийому «сяючих узагальнень» як, наприклад, в ОМК – *I wanted Miranda to see my potential new boyfriend. – Not boyfriend, lover. <...> Maybe he could be more than a lover. – Ah, no, the only place this is going is Loverville* (S. 6, Ep. 13), коли Міранда натякає Керрі про можливий сценарій розвитку її чергового роману.

Негативний різновид домінує у діалогах, де героїні використовують експресивно-оцінні номінації для характеристики фірмових рис своїх колишніх бойфрендів. Враховуючи жанрову специфіку драмедії та значну кількість гумористично-жартівливих сцен, яскраво представлені, особливо у комічних сюжетах, КТ бондингу, реалізована КП невічливого глузування (94 ОЛО, 7% у 50 ОМК, 7%) та лейбеллінгу (221 ОЛО, 17% у 116 ОМК, 16%) з метою створення комічного ефекту за допомогою гри слів, що відображає жартівливе ставлення героїв до проблем, наприклад: – *That's your nanny? – Yes, that's Erin. – You mean Erin-Go-Braless. – Ha, ha. She doesn't wear a bra. – No, her tits never came up. And she's amazing. – Well, I'm sure she is. But, honey, there ought to be a law against hiring a nanny that looks like that. – Yeah, the Jude-law* (Movie 2). Інтелектуально-мовна гра заснована на співзвучності прізвища відомого британського актора Джуда Ло та лексеми *law* 'закон' [64]. Водночас колективний автор словами Саманти апелює до пресупозиції

глядача: у 2006 році актор зізнався у скандальному романі з нянею власних дітей Дейзі Райт, що призвело до гучного скандалу та розірвання стосунків із нареченою Сієнною Міллер. Саманта за допомогою ОЛО, співзвучного імені актора-ловеласа натякає Шарлотт, що жінки яскравої зовнішності на кшталт Ерін повинні бути позбавлені права доглядати за дітьми.

Застосування КТ бондингу (422 ОЛО, 34%, 221 ОМК, 33%) ґрунтується на представленні стереотипних ситуацій у вигляді кумедної життєвої драми, що сприяє ідентифікації глядача з героями, заснованій на гуморі, наприклад: *modelizer*, *dial-a-dick*, *baby-talker*, *jerk-de-soleil*, *doctor-of-all-trades*, *clam-mouth*, *no-brainer*, *manthrax*. ОЛО виконують функції залежно від рівня кінодискурсу, тобто: дієгетичний рівень – стимулююча функція, завдання якої – переконати здійснити певні вчинки, екстрадієгетичний рівень – метапрагматична: викликати зворотню реакцію адресата.

В авторських ремарках Керрі домінують КП лейбеллінгу та «сяючих узагальнень», адже завдання персонажа-медіатора – налагодити взаємодію з глядачем і пояснити дії інших персонажів. У світлі стимулюючої функції ОЛО у драмедії відмітимо твердження Т. Ван Дейка про підміну денотативної функції «Хто – ЩО – кому – каже» аксіологічною «Хто –ЯК– кому – каже» [34].

Маніпулятивний вимір КС самопрезентації проявляється у таких видах впливу: 1) репрезентація себе як сформованого бренду, акцентування на власній неповторності, прагненні будувати кар'єру, пристрасті до власної справи та сексуальній свободі; 2) репрезентація себе як прикладу для наслідування, що у контексті драмедії «СТМ», культової «комедії сексуальної моралі» [32] особливо очевидно. Тисячі молодих жінок в усьому світі намагаються імітувати улюблених героїнь, їх манеру розмовляти, одягатися, відкрито висловлювати свої бажання та вподобання. Наприклад, в епізоді “The Good Fight” Керрі сперечається з Ейданом про важливість особистого простору у стосунках (серйозний сюжет), реалізуючи КС маніпулятивної самопрезентації КТ передачі позитивної інформації про себе шляхом КП самореклами, описуючи власну потребу у «часі наодинці з собою» оказіональною аббревіатурою *S.S.B.* – *my Secret Single Behavior* (буквально ‘таємна

поведінка неodrуженої жінки’), наприклад: – *I miss walking into my apartment with no one there and it's all quiet and I can do that stuff you do when you're totally alone, things you would never want your boyfriend to see you do. – Like masturbate? – My S.S.B., my Secret Single Behavior. Like, I like to make a stack of saltines. I put grape jelly on them.* (S. 4, Ep. 14). Протягом епізоду okazіональна абрeвіатура постає у різних іпостасях і набуває дещо інших відтінків значення: у комічному сюжеті Саманта сперечається із коханцем Річардом, але після романтичного побачення у басейні примирюється з його домінантністю, отже абрeвіатура S.S.B позначає ‘поведінку в басейні з метою когось звабити’: *Samantha met the dawn after a night of S.S.B. Sexy Swimming Behavior. All this time, she'd been trying to make him just a perfect dick, fighting her feelings that he might be the perfect Richard* (S. 4, Ep. 14).

ОЛО, контекстуалізовані у діалогах, відіграють роль «аудіальних маркерів» відповідних КТ і КС, імпліцитно представлених у зазначеній композиційно-структурній частині драмедії. Наприклад, у ОМК Керрі Бредшо передає подругам подробиці свого побачення із чоловіком-занудою: – *Chick film. Robert Redford is madly in love with Barbara Streisand. – Katie. – K-k-k-katie. – K-k-k-katie, right! But he can't be with her because she's too complicated...and she has wild, c-c-c-curly hair. – The world is made of two types of women: The "simple" girls and the "K-k-k-katie" girls. I'm a "K-k-k-katie" girl.* (S. 2, Ep. 18). Імітуючи схильність потенційного бойфренда до заїкання, Керрі жартує над чоловіком, імпліцитно застосовуючи КТ негативної презентації інших персонажів, актуалізовану КП невічливого глузування.

Таким чином, у центрі кожного епізоду розглядається одна проблема та пропонуються її різні прояви (як серйозні, так і комічні) на прикладі чотирьох головних героїнь. Характерно, що ОЛО, передаючи наскрізний лейтмотив епізоду, у свою чергу, стають підґрунтям подальшого okazіонального словотворення у рамках окремих колізій даного епізоду. Походеньки героїнь, об’єднані однією проблемою, розкривають різні версії її вирішення, відтак реалізація однієї ОЛО відбувається у різних її проявах на тлі окремих комунікативних ситуацій.

4.3.4 Оказіональне словотворення у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій і тактик у заключній частині. Епілог репрезентує «евалюацію» (“evaluation” [46]) попередніх сюжетних подій переважно у формі голосу за кадром) і є заключним узагальненням головної героїні після вдалих / невдалих спроб вирішити проблему епізоду та викликати реакцію колективного адресата, що супроводжується особливою кінематографічною технікою – відведенням камери. Практично кожен епізод завершується фразою Керрі: *I couldn't help but wonder...* і підсумовує центральну сюжетну колізію, наприклад: *That week, back in the city, I wondered what was the allure of the 20s? On one hand, there's great skin tone, the thrill of fresh experience and the sense of a consequence-free life full of seemingly endless possibilities. On the other, there are horrible apartments, sexually inexperienced men and embarrassing errors in fashion judgment.* (S. 1, Ep. 17).

Розв'язка ілюструє 2-рівневу модель комунікативної ситуації, де Керрі, що є оповідачем, звертається безпосередньо до глядацької аудиторії, пояснюючи чи-то виправдовуючи власні вчинки та дії інших персонажів, послуговуючись арсеналом ОЛО, наприклад: *Later that night, I got to thinking about fathers, or the lack of them. Some say a daughter's relationship with her father is the model for all her subsequent relationships with men. And if you were given a less-than-perfect model, does it mean a life of less-than-perfect relationships?* (S. 6, Ep. 3).

Отже, у розв'язці переважно реалізовується КС маніпулятивної самопрезентації (Додаток Д, табл. Д.8) КТ передачі позитивної інформації про себе шляхом КП апелювання до емоцій адресата (220 ОЛО, 19%, 119 ОМК, 20%) та КТ передачі негативної інформації про себе шляхом КП саморозкриття (129 ОЛО, 11%, 68 ОМК, 11%). Вербалізується стратегія за допомогою анафоричних ОЛО у складі риторичних запитань головної героїні, що залишають відкритим основне питання відповідного епізоду. Анафоричні ОЛО застосовуються наприкінці епізоду, коли журналістка Керрі підсумовує зображувані колізії, конденсуючи зміст епізоду в одну ОЛО, та виконують функції ретроспекції, наприклад: *One of the great things about living in New York City is that you don't have to sugarcoat your feelings. But have New*

York women settled for a sugar-free existence as well? <...> Is it something we could learn to digest or have we become romance-intolerant? (S. 6, Ep. 5). Композит *romance-intolerant* уживається наприкінці епізоду “The Ick-Factor” (утворений за аналогією з *X-factor* ‘винятковий, непересічний талант’ [64], де *Ick* – вигук на позначення відрази) підсумовує події епізоду, як своєрідне пояснення катафоричного okazionalizmu в назві. Події епізоду зображають зародження романтичних стосунків між Керрі та російсько-французьким митцем Александром. Основною темою є розгубленість головної героїні перед лицем справжніх залицянь та ніжності, коли жінку обожнюють і цінують. Чергове фіаско з Містером Бігом не дозволяє Керрі серйозно сприймати почуття Александра, вона іронізує у відповідь на його зізнання. Проте в останній сцені Керрі намагається знайти відповідь, чому підміна понять кохання та «стосунків на одну ніч» стала звичною справою серед жіноцтва у Нью-Йорку, реалізуючи КП саморозкриття (“self-disclosure” [42]).

Анафоричні ОЛО надають персонажам змогу рефлексувати, описувати власний внутрішній стан, певним чином кульмінувати попередній контекст. Анафоричні ОЛО реалізують захисну КТ стратегію маніпулятивної самопрезентації, адже головна героїня намагається виправдати дії інших персонажів, надати їм об’єктивну оцінку, наприклад: *That night, I started thinking about my retro-relationship. Since high school, most women I know have acquired much in clothes, hairstyles, and food. But what about in men?* (S. 6, Ep. 10).

Маніпулятивний аспект КП апелювання до емоцій адресата у заключних монологів Керрі ґрунтується на застосуванні експресивів, що віддзеркалюють емоції адресата й апріорі повинні передатися адресанту з метою спровокувати бажаний емоційний фідбек, як, наприклад, наприкінці епізоду “La Douleur Exquise!” Керрі описує свої відносини з Бігом і запитує колективного адресанта шляхом КП апелювання до глядацьких емоцій, чи мають право на існування відносини на межі щастя і болю. Одного дня гострий біль пройде, але почнеться справжній, вербалізований героїнею композитною ОЛО з ідентичними конститuentами “*pain-pains*”: *In fact, it's a common belief that a relationship without pain is a relationship not*

worth having. To some, pain implies growth. But how do we know when the growing pains stop and the “pain-pains” take over? Are we masochists or optimists? (S. 1, Ep. 12).

Отже, КС маніпулятивної самопрезентації у розв’язці епізодів проявляється у таких видах здійснюваного впливу:

1) ідентифікація з жіночою аудиторією – підкреслювання своєї схожості з пересічною жінкою, проектування стереотипних проблем головних героїнь;

2) представлення героїнями власної думки як провокативної істини, тобто у власних заключних монологах Керрі представляє глядацькому загалу певну проблему, пропонуючи різні варіанти її вирішення на власному прикладі та досвіді близьких подруг, а наприкінці запитує про варіанти її вирішення. У такому випадку глядач відчуває себе безпосереднім учасником комунікативної події, ідентифікує себе з персонажем, оцінює проблему з його / її перспективи.

Таким чином, реалізація стратегії маніпулятивної самопрезентації у розв’язці епізодів спрямована на стимулювання емпатії адресата на екстрадієгетичному рівні та спонукання відповідної реакції на дієгетичному рівні.

Висновки до четвертого розділу

1. Розкриття ролі оказіонального словотворення у сучасному англійському кінодискурсі крізь призму комунікативно-когнітивної парадигми передбачає врахування специфіки кінодискурсу, яка полягає у дворівневому характері зображення дійсності. КС і КТ діють на двох рівнях – дієгетичному (персонаж→персонаж) та екстрадієгетичному (колективний автор→глядацька аудиторія), які, у свою чергу, репрезентують внутрішньофільмову та крізьфільмову комунікацію під час акту комунікації між чотирикомпонентним рядом мовленнєвої події (колективний автор – персонаж-адресат – персонаж-адресант – глядацька аудиторія). Якщо на дієгетичному рівні реалізація КТ є завжди успішною, то екстрадієгетичний рівень передбачає як успішність, так і комунікативну невдачу.

2. На поверхневому дієгетичному рівні у рамках стилізованої комунікативної події (сцена кіно) актуалізація КС виконує метазавдання – здійснити бажаний колективним автором (продюсер, сценаристи, режисер) вплив на колективного

адресата, що корелює з його системою цінностей, світоглядними характеристиками. За допомогою ОЛО у складі різних стилістичних прийомів, актуалізуються відповідні КТ які різняться стратегічними цілями та засобами їх реалізації. Адресат-підслухувач є цільовою групою колективного автора, отже втягується у мовну гру, метою якої є виправдати відповідний позитивний чи-то негативний образ героя та викликати бажану емоційну реакцію. У наборі КТ реалізується стимулююча функція ОЛО, які у кінодискурсі виступають своєрідним способом характеристики героїв і подій, впливають на емоції масового глядача, переконують здійснити певні вчинки.

3. КС маніпулятивної самопрезентації є домінантною стратегією у межах усієї драмедії, адже апріорі передбачає здійснення впливу не на персонажа – учасника комунікативної події, а на колективного адресата. Наявність глядацької аудиторії й відповідно прагматична спрямованість кінодискурсу загалом змушує колективного адресанта вдаватися до високої емоційності та видовищності. Колективний автор уміло маніпулює існуючим мовним матеріалом із метою продукування одиниць, що привертають увагу глядачів, а відповідно акцентують на проблемних ситуаціях.

4. КС маніпулятивної самопрезентації персонажів здійснюється у драмедії «СТМ» у двох вимірах – позитивному та негативному. ОЛО, що виконують різноманітні стилістичні функції (найчастіше епітет, метафора, метонімія) допомагають створити образ героя на двох рівнях: 1) на дієгетичному (поверхневому) рівні персонажі підкреслюють свій імідж, самовиражаються та позиціонують себе як відмінних від інших персонажів – кмітливіших, іронічніших, інтелектуальніших 2) на екстрадієгетичному (глибинному) рівні – застосування ОЛО дозволяє колективному автору представити неповторний образ героїв (як суму вражень, глядацьких очікувань) в уяві глядацької аудиторії та крізь призму вчинків персонажів звертатися до системи цінностей глядача.

5. Лінгвальною формою вираження комунікативної стратегії маніпулятивної самопрезентації стає експресивна лексика, тобто ОЛО виконують різні стилістичні

функції, що реалізують тактики стратегії. У рамках стратегії маніпулятивної самопрезентації (48% ОЛО) переважають такі тактики: тактика передачі позитивної інформації про себе шляхом прийому самореклами (33% ОЛО), апелювання до асоціацій глядацької аудиторії (12% ОЛО) та емоцій адресата (19% ОЛО) і тактика передачі негативної інформації про себе шляхом прийому самоглузування (11% ОЛО) та епатажу (12% ОЛО). Дещо рідше персонажі вдаються до тактики передачі позитивної інформації про себе шляхом екземпліфікації (10% ОЛО) і тактики передачі негативної інформації про себе шляхом невічливості (6% ОЛО).

6. Застосування кооперативних тактик комунікативної стратегії маніпулятивної самопрезентації у мові персонажів служить засобом формування ідіолекту героїнь та розкриття їх образів, адже співрозмовники формують враження один про одного на основі типових комунікативних патернів. Самопрезентація в ідіолекті персонажів виконує метапрагматичну функцію створення іміджу героя колективним автором, тобто мова героя стає дискурсивним меседжем автора глядачеві про особистість персонажа. Відтак, за допомогою ОЛО героїні презентують себе по-різному – Керрі та Шарлотт як романтики-експериментатори (Керрі в сексі, Шарлотт – у коханні), а Саманта та Міранда – як реалісти-скептики.

7. Кожній героїні властивий різний стиль творення ОЛО. Журналістка Керрі Бредшо вживає інтелектуально-вишукані утворення, засновані на грі слів та алюзіях (алюзійні дотепи, бленди, наприклад: *modelizer*, *manthrax*, *gymboree*). Лексиці Саманти притаманна чоловіча манера, грубість і деяка безцеремонність (застосування голофразисних конструкцій, композитів і дериватів з елементами *fuck*, *shit*-, *bitch*-: *friar-fuck*, *boy-bitch*). ОЛО у мовленні Міранди – іронічні й саркастичні (бленди, конверсиви, композити, наприклад: *dial-a-dick*, *fuck-buddy*, *uniball bartender*). Вокабуляр Шарлотт Йорк найбільш стриманий і консервативний на відміну від інших героїнь, ОЛО мало представлені у мовленні цієї героїні, проте частотні у репліках голосу за кадром під час характеристики зазначеної героїні.

8. КС маніпулятивної презентації інших персонажів, реалізована 52% ОЛО, представлена КТ позитивної презентації інших персонажів шляхом КП «сяючих узагальнень» і КТ бондингу на основі жартівливого ставлення до ситуації. КТ негативної презентації інших персонажів реалізується КП лейбеллінгу та неввічливого глузування, однак вони мають жартівливе забарвлення і більшою мірою висміюють стереотипні проблеми жінки у великому місті. Оскільки ілюстративним матеріалом слугувала “girl talk”, позитивна презентація інших персонажів є домінантною у драмедії «СТМ».

9. З огляду на цільову аудиторію драмедії «СТМ» КТ негативної презентації інших персонажів представлені значно рідше у порівнянні з кооперативними. Застосування незвичних ОЛО сприяє самоекспресії та закарбовуванню головних героїв у пам'яті колективного глядача, є проявом тенденції до самопіару, представлення себе як сформованого бренду. Негативна презентація спрямована на порушення мовленнєвої гармонії та відчуження співрозмовників і включає акцентування на власному негативному образі та глузування (“biting”), що втілюються шляхом сарказму, непристойного гумору, дотепу.

10. Високе експресивно-оцінне навантаження ОЛО свідчить про їх інтенційність у кінодискурсі, спрямованість на здійснення впливу на глядача. ОЛО є елементом ідіолекту персонажів драмедії «СТМ», тобто сприяють експресивному конструюванню образу героя, зумовленому особливостями жанру теледрамедії.

Основні положення четвертого розділу відбито в одноосібних публікаціях дисертантки [3; 38].

Список використаних джерел у четвертому розділі

1. Антонов О.В. Поняття комунікативного стилю у контексті сучасних лінгвістичних досліджень. Записки з романо-германської філології. 2017. Вип. 1 (38). С. 11—18.

2. Бойченко Л.М. Оказіоналізми як елементи поетичної моделі світу. Сучасна картина світу: інтеграція наукового та поза наукового знання. Суми, 2002. С. 163—168.
3. Гайданка Д.В. Оказіональні одиниці як актуалізатори комунікативних стратегій у структурно-композиційних частинах драмедії «Секс та місто». Південний архів. Херсон, 2017. № 69. С. 74—78.
4. Дубских А.И. Средства реализации коммуникативной стратегии самопрезентации личности в массово-информационном дискурсе. С. 50—54. URL: <http://www.lib.csu.ru/vch/131/008.pdf> (дата звернення 22.04.2018).
5. Дубских А.И. Тактика эпатирования как инструмент провокационной саморекламы в звездных интервью. Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2012. Вып. 15. С. 109—112.
6. Колодяжна К.В. Глузування як вид мовленнєвої агресії. Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. 2015. Вип. 21. С. 100—105.
7. Криворучко С.И. Оптимизация речевого воздействия с позиций теории речевых актов. Вісник ХНУ ім. Н.В. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. 2015. Вип. 81. С. 56—67.
8. Кузьмич Н.Я. Гумор як засіб самопрезентації (за матеріалами телевізійних інтерв'ю). Наукові записки. Серія «Філологічна». 2013. Вип. 33. С. 78—80.
9. Молодча Н.С. Семантичні оказіоналізми в сучасному англomовному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : 10.02.04. Харків, 2011. 23 с.
10. Мороховский А.Н., Воробьева О.П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З.В. Стилистика английского языка. Киев: Высшая школа, 1984. 248 с.
11. Мосиевич Л.В. Эвфемизация/дисфемизация в категоризации. Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. 2013. № 4. С. 70—73.
12. Никитченко К.П. Когнітивна природа оказіоналізмів крізь призму когнітивної лінгвістики. Одеський лінгвістичний вісник. 2014. Вип. 4. С. 179—181.

13. Попко Л.П. Неологизация в языке как трансляция культурно-лингвистической национальной ментальности: монография. Киев: ГАРККиИ, 2007. 360 с.
14. Пшеничних А.М. Реперспективізація предметної ситуації в англomовному діалогічному дискурсі (на матеріалі мультимедійних ігрових кінотворів) : автореф. дис. канд. філолог. наук : 10.02.04. Харків, 2011. 21 с.
15. Симутова О.П., Шидловская И.А. Способы передачи немецких окказионализмов в русском переводе произведения У. Тимма «Открытие колбасы «Карри»». Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. №11 (172). С. 162—166.
16. Сорокина Ю.В. Убеждающие и защитные тактики коммуникативной стратегии самопрезентации в лекционном дискурсе. Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология, Искусствоведение. 2014. № 91. С. 128—131.
17. Сунько Н.О. Алюзія як маркер інтертекстуальності в англійськомовному газетному заголовку : дис. ... канд. філолог. наук : 10.02.04 / Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. Чернівці, 2015. 228 с. URL: http://specrada.chnu.edu.ua/res//specrada/7/dis_sunko.pdf (дата звернення 22.04.2018).
18. Филимонов О.И. Скрепа-фраза как средство выражения синтаксических связей между предикативными единицами в тексте : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Ставрополь, 2003. 191 с.
19. Anolli L., Ciceri R., Infantino M.G. From «Blame by Praise» to «Praise by Blame»: Analysis of Vocal Patterns in Ironic Communication. *International Journal of Psychology*. 2002. Vol. 37. Issue 5. P. 266—276.
20. Anolli L., Ciceri R., Infantino M.G. Irony as a Game of Implicitness: Acoustic Profiles of Ironic Communication. *Journal of Psycholinguistic Research*. 2000. Vol. 29. P. 275—311.

21. Alber J., Fludernik M. Mediacy and Narrative Mediation. Handbook of Narratology. Ed. by Peter Hühn, Jan Christoph Meister, John Pier, Wolf Schmid. Berlin: De Gruyter, 2014. 2-ed ed. P. 310—326.
22. Beard R., Volpe M. Lexeme Morpheme Base Morphology. Handbook of Word-Formation. Ed by P. Stekauer, R. Lieber. Springer: Dordrecht, 2005. P. 189—207.
23. Bednarek M. Constructing nerdiness: characterisation in the Big Bang Theory. *Multilingua*. 2012. Vol. 31. № 2–3. P. 199—230.
24. Boost K. Neue Untersuchungen zum Wesen und zur Struktur des deutschen Satzes: Der Satz als Spannungsfeld. Berlin: Ann Arbor. Univ. Microfilms Internat, 1981. 88 s.
25. Bousfield D. Impoliteness in interaction. Amsterdam: John Benjamins, 2008. 281 p.
26. Bousfield D., McIntyre D. Emotion and empathy in Martin Scorsese's «Goodfellas»: A case study of the «funny guy» scene. *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series*. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam: John Benjamins, 2011. P. 105—125.
27. Boxer D., Cortes-Conde F. From Bonding to Biting: Conversational Joking and Identity Display. *Journal of Pragmatics*. 1997. № 27. P. 275—294.
28. Brock A. Bumcivilian: Systemic Aspects of Humorous Communication in Comedies. *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series*. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam: John Benjamins, 2011. P. 263—280.
29. Brown P., Levinson S. Politeness. Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p.
30. Brown P., Levinson S.C. Universals in language usage: Politeness Phenomena. *Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction*. Ed. by E.N. Goody. Cambridge: Cambridge University Press, 1978. P. 56—311.
31. Bubel C. The Linguistic Construction of Character Relations in TV Drama: Doing Friendship in *Sex and the City*: Dissertation zur Erlangung des akademischen

- Grades eines Doktors der Philosophie. Der Philosophischen Fakultäten der Universität des Saarlandes. Saarbrücken, 2006. 293 s. URL: http://scidok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2006/598/pdf/Diss_Bubel_publ.pdf (дата звернення: 24.04.2018).
32. Bubel C., Spitz A. One of the Last Vestiges of Gender Bias: The Characterization of Women through the Telling of Dirty Jokes in Ally McBeal'. *Humour: International Journal of Humour Research*. 2006. № 19 (1). P. 71—104.
33. Culpeper J. *Language and Characterisation: People in Plays and Other Texts*. London: Longman, 2001. 328 p.
34. Dijk van T.A. *Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*. London: SAGE Publications Ltd, 2011. 2-nd ed. 432 p.
35. Dynel M. Beyond a Joke: Types of Conversational Humour. *Language and Linguistics Compass*. 2009. № 3. P. 1284—1299.
36. Dynel M. Stranger than fiction. A Few Methodological notes on Linguistic Research in Film Discourse. *Brno Studies in English*, 2011. № 37 (1). P. 41—61. URL : https://www.researchgate.net/publication/269334709_Stranger_than_fiction_A_few_methodological_notes_on_linguistic_research_in_film_discourse_Brno_Studies_in_English_371_41-61 (дата звернення: 24.04.2018).
37. Eltermann L. Zur Wahrnehmung von Kanzlerkandidaten. Imageprofilierung im Wechselspiel von Identifikation und Projektion. *Wahlverhalten in der Bundesrepublik*. Ed. von Dieter Oberndorfer. Berlin: Duncker & Humblot, 1978. S. 465—531.
38. Haydanka D. Manipulative Communicative Strategies and their Nonce-Word Markers in the “Sex and the City”. *Bulletin of Akaki Tsereteli State University*. 2018. URL: <https://moambe.atsu.edu.ge/> (дата звернення 12.05.2018).
39. Hobbs R., McGee S. Teaching about Propaganda: An Examination of the Historical Roots of Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education*. 2014. № 6 (2). P. 56—67.

40. Hohenhaus P. How to Do Even More Things with Nonce Words (other than Naming). *Lexical Creativity. Texts and Contexts*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007. P. 15—39.
41. Holtgraves T. The Language of Self-Disclosure. *Handbook of Language and Social Psychology*. New York, 1990. P. 191—207.
42. Jones E., Pittman T. Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation *Psychological Perspectives of the Self*. Ed. by J. Suis. London, 1982. Vol. 1. P. 231—261.
43. Kansu-Yetkiner N. Blood, Shame and Fear: Self-Presentation Strategies in Turkish Women's Talk about their Health and Sexuality. 2006. URL: <http://www.rug.nl/research/portal/files/2872668/titlecon.pdf> (дата звернення: 24.04.2018).
44. Kemmer S. Schemas and Lexical Blends. *Motivation in Language: Studies in Honor of Günter Radden*. Ed. H. Cuyckens et al. Amsterdam: John Benjamins, 2003. P. 69—99.
45. Kozloff S. *Invisible Storytellers: Voiceover Narration in American Fiction Film*. Berkeley: University of California Press, 1988. 180 p.
46. Labov W. *Language in the Inner City. Studies in the Black English Vernacular*. William Labov. Philadelphia: University of Philadelphia Press, 1972. 412 p.
47. Mandala S. Star Trek: Voyager's Seven of Nine: A Case-study of Language and Character in a Televisual Text. *Telecinematic Discourse: Approaches to the language of films and television series*. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam: John Benjamins, 2011. P. 205—225.
48. Piazza R. Pragmatic Deviance in Realist Horror Films: a Look at Films by Argento and Fincher. *Telecinematic Discourse: Approaches to the language of films and television series*. Ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. Amsterdam: John Benjamins, 2011. P. 85—105.
49. Pillet-Shore D. Making Way and Making Sense: Including Newcomers in Interaction. *Social Psychology Quarterly*. 2010. №. 73 (2). P. 152—175.

50. Quaglio P. *Television Dialogue: the Sitcom Friends vs Natural Conversation*. Amsterdam: John Benjamins, 2009. 182 p.
51. Roth-Gordon J. Youth, Slang and Pragmatic Markers. *Journal of Sociolinguistics*. 2007. Vol.3. Issue 3. P. 322—345.
52. Schütz A. Assertive, Offensive, Protective, and Defensive styles of Self-Presentation: a taxonomy. *Journal of psychology interdisciplinary and applied*. 1998. № 132(6). P. 32—41.
53. Schütz A. *The Stranger: an Essay in Social Psychology*. Social Debates: Thinking about «The Social». Eds. F. Anthias, M.P. Kelly. Dartford: Greenwich University Press, 1995. P. 339—349.
54. Sperber D., Wilson D. On Verbal Irony. *Lingua*. 1992. Vol. 87. P. 53—76.
55. Stockwell P. Texture and identification. *European Journal of English Studies*. 2005. Vol. 9. Issue 2. P. 143—153.
56. Stokoe E. Dispreferred Actions and Other Interactional Breaches as Devices for Occasioning Audience Laughter in Television ‘Sitcoms’. *Social Semiotics*. 2008. № 18(3). P. 289—307.
57. Zajdman A. Humorous Face-Threatening acts: Humor as Strategy. *Journal of Pragmatics*. 1995. Vol. 23. Issue 3. P. 325—339.

1. СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

58. ABBYY — Lingvo online. URL: <http://www.lingvo.ua/>.
59. American Heritage Dictionary of the English Language. URL: <https://ahdictionary.com/>.
60. IPA — URL: <http://www.propagandacritic.com/>.
61. LDOCE — Longman Dictionary of Contemporary English online. URL: <https://www.ldoceonline.com/>.
62. New Yorker Guide to SATC — URL: <https://www.vogue.com/article/sex-and-the-city-guide-new-york-restaurants-bars-shopping>.

63. ODMS — Oxford Dictionary of Modern Slang: Aytō J., Simpson J. Oxford: Oxford University Press, 2005.

63. OED — Oxford English Dictionary. URL: <http://www.oed.com/>.

Джерела ілюстративного матеріалу

Season 1 (1998).

S.1, Ep.1. — "Sex and the City". Directed by Susan Seidelman. Written by Darren Star.

URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-1.html#.WuDFLhuFPIU>

S.1, Ep.2. — "Models and Mortals". Directed by Alison Maclean. Written by Darren Star.

URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-2.html#.WuDHxBuFPIU>

S.1, Ep.3. — "Bay of Married Pigs". Directed by Nicole Holofcener. Written by Michael

Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-3.html#.WuDH9xuFPIU>

S.1, Ep.4. — "Valley of the Twenty-Something Guys". Directed by Alison Maclean.

Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-4.html#.WuDIFhuFPIU>

S.1, Ep.5. — "The Power of Female Sex". Directed by Susan Seidelman. Written by

Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-5.html#.WuDILRuFPIU>

S.1, Ep.6. — "Secret Sex". Directed by Michael Fields. Written by Darren Star. URL:

<http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-6.html#.WuDIQhuFPIU>

S.1, Ep.7. — "The Monogamists". Directed by Darren Star. Written by Darren Star. URL:

<http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-7.html#.WuDIBxuFPIU>

S.1, Ep.8. — "Three's a Crowd". Directed by Nicole HolofcenerWritten by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-8.html#.WuDIiRuFPIU>

S.1, Ep.9. — "The Turtle and the Hare". Directed by Michael Fields. Written by Susan Kolinsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-9.html#.WuDIImxuFPIU>

S.1, Ep.10. — "The Baby Shower". Directed by Michael Fields. Written by Terri Minsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-10.html#.WuDIuhuFPIU>

S.1, Ep.11. — "The Drought". Directed by Matthew Harrison. Written by Michael Green & Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-11.html#.WuDI1huFPIU>

S.1, Ep.12. — "Oh Come All Ye Faithful". Directed by Matthew Harrison. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-1-episode-12.html#.WuDI6xuFPIU>

Season 2 (1999)

S.2, Ep.1. — "Take Me Out to the Ballgame". Directed by Allen Coulter. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-1.html#.WuDJDDBuFPIU>

S.2, Ep.2. — "The Awful Truth". Directed by Allen CoulterWritten by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-02.html#.WuDJJRuFPIU>

S.2, Ep.3. — "The Freak Show". Directed by Allen Coulter. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-3.html#.WuDJOxuFPIU>.

S.2, Ep.4. — "They Shoot Single People, Don't They?". Directed by John David Coles. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-4.html#.WuDJVxuFPIU>

S.2, Ep.5. — "Four Women and a Funeral". Directed by Allen Coulter. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-5.html#.WuDJaxuFPIU>

S.2, Ep.6. — "The Cheating Curve". Directed by John David Coles. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-6.html#.WuDJiBuFPIU>

S.2, Ep.7. — "The Chicken Dance". Directed by Victoria Hochberg. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-7.html#.WuDJnhuFPIU>

S.2, Ep.8. — "The Man, The Myth, The Viagra". Directed by Victoria Hochberg. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-8.html#.WuDJsxuFPIU>

S.2, Ep.9. — "Old Dogs, New Dicks" / "Old Dogs, New Tricks". Directed by Alan Taylor. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/09/sex-and-city-season-2-episode-9.html#.WuDJxRuFPIU>

S.2, Ep.10. — "The Caste System". Directed by Allison Anders. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-10.html#.WuDJ8xuFPIU>

S.2, Ep.11. — "Evolution". Directed by Pam Thomas. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-11.html#.WuDKCBuFPIU>

S.2, Ep.12. — "La Douleur Exquise!". Directed by Allison Anders. Written by Ollie Levy & Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-12.html#.WuDKHBuFPIU>

S.2, Ep.13. — "Games People Play". Directed by Michael Spiller. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-13.html#.WuDKMRuFPIU>

S.2, Ep.14. — "The Fuck Buddy" / "The Sex Buddy". Directed by Darren Star. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-14.html#.WuDKRRuFPIU>

S.2, Ep.15. — "Short-comings". Directed by Alan Taylor. Written by Terri Minsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-15.html#.WuDKWhuFPIU3>

S.2, Ep.16. — "Was It Good For You?". Directed by Dan Algrant. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-16.html#.WuDKfxuFPIU>

S.2, Ep.17. — "Twenty-Something Girls vs. Thirty-Something Women". Directed by Dan Algrant. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-17.html#.WuDKlhuFPIU>

S.2, Ep.18. — "Ex and the City". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King, Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-2-episode-18.html#.WuDKtxuFPIU>

Season 3 (2000)

S.3, Ep.1. — "Where There's Smoke...". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-1.html#.WuDK0huFPIU>

S.3, Ep.2. — "Politically Erect". Directed by Michael Patrick King. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-2.html#.WuDK6RuFPIU>

S.3, Ep.3. "Attack of the 5'10" Woman". Directed by Pam Thomas. Written by Cindy Chupack. URL: http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-3.html#.WuDK_RuFPIU

S.3, Ep.4. — "Boy, Girl, Boy, Girl..." Directed by Pam Thomas. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-4.html#.WuDLEruFPIU>

- S.3, Ep.5. — "No Ifs, Ands, or Butts". Directed by Nicole Holofcener. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-5.html#.WuDLQRuFPIU>
- S.3, Ep.6. — "Are We Sluts?". Directed by Allison Anders. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-6.html#.WuDLLRuFPIU>
- S.3, Ep.7. — "Drama Queens". Directed by Allison Anders. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-7.html#.WuDLWxuFPIU>
- S.3, Ep.8. — "The Big Time". Directed by Allison Anders. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-8.html#.WuDLbBuFPIU>
- S.3, Ep.9. — "Easy Come, Easy Go". Directed by Charles McDougall. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-9.html#.WuDLgBuFPIU>
- S.3, Ep.10. — "All or Nothing". Directed by Charles McDougall. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-10.html#.WuDLmxuFPIU>
- S.3, Ep.11. — "Running With Scissors". Directed by Dennis Erdman. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-11.html#.WuDcsBuFPIU>
- S.3, Ep.12. — "Don't Ask, Don't Tell". Directed by John David Coles. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-11.html#.WuDcsBuFPIU>
- S.3, Ep.13. — "Escape from New York". Directed by John David Coles. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-13.html#.WuDc2huFPIU>

S.3, Ep.14. — "Sex and Another City". Directed by Michael Spiller. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-14.html#.WuDc7BuFPIU>

S.3, Ep.15. — "Hot Child in the City". Directed by Michael Spiller. Written by Allan Heinberg. URL: http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-15.html#.WuDc_xuFPIU

S.3, Ep.16. — "Frenemies". Directed by Michael Spiller. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-16.html#.WuDdHRuFPIU>

S.3, Ep.17. — "What Goes Around Comes Around". Directed by Allen Coulter. Written by Darren Star. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-17.html#.WuDdMhuFPIU>

S.3, Ep.18. — "Cock-a-Doodle-Do!". Directed by Allen Coulter. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-3-episode-18.html#.WuDdRhuFPIU>

Season 4 (2001 – 2002)

S.4, Ep.1. — "The Agony and the 'Ex'-tasy". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-1.html#.WuDdZhuFPIU>

S.4, Ep.2. — "The Real Me". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-2.html#.WuDdeBuFPIU>

S.4, Ep.3. — "Defining Moments". Directed by Allen Coulter. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-3.html#.WuDdiRuFPIU>

S.4, Ep.4. — "What's Sex Got to Do with It?". Directed by Allen Coulter. Written by Nicole Avril. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-4.html#.WuDdmxuFPIU>

- S.4, Ep.5. — "Ghost Town". Directed by Allen Coulter. Written by Allan Heinberg.
 URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-5.html#>.
 WuDdrxuFPIU
- S.4, Ep.6. — "Babytalk Is Cheap". Directed by Allen Coulter. Written by Cindy Chupack.
 URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-6.html#>.
 WuDdxBuFPIU
- S.4, Ep.7. — "Time and Punishment". Directed by Michael Engler. Written by Jessica Bendinger. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-7.html#>.
 WuDd1xuFPIU
- S.4, Ep.8. — "My Motherboard, My Self" Directed by Michael Engler Written by Julie Rottenberg & Elisa Zuritsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-8.html#>.
 WuDd7huFPIU
- S.4, Ep.9. — "Sex and the Country". Directed by Allen Coulter. Written by Allan Heinberg. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-9.html#>.
 WuDeABuFPIU
- S.4, Ep.10. — "Belles of the Balls". Directed by Allen Coulter. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-10.html#>.
 WuDeEhuFPIU
- S.4, Ep.11. — "Coulda-Woulda-Shoulda". Directed by David Frankel. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-11.html#>.
 WuDeShuFPIU
- S.4, Ep.12. — "Just Say Yes". Directed by David Frankel. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-13.html#>.
 WuDeaxuFPIU
- S.4, Ep.13. — "The Good Fight". Directed by Charles McDougall. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-13.html#>.
 WuDeaxuFPIU

S.4, Ep.14. — "All That Glitters". Directed by Charles McDougall. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-14.html#.WuDerxuFPIU>

S.4, Ep.15. — "Change of a Dress". Directed by Alan Taylor. Written by Julie Rottenberg & Elisa Zuritsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-15.html#.WuDexhuFPIU>

S.4, Ep.16. — "Ring A Ding Ding". Directed by Alan Taylor. Written by Amy B. Harris. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-16.html#.WuDe2xuFPIU>

S.4, Ep.17. — "A 'Vogue' Idea". Directed by Martha Coolidge. Written by Allan Heinberg. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-17.html#.WuDfAhuFPIU>

S.4, Ep.18. — "I Heart NY". Directed by Martha Coolidge. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-4-episode-18.html#.WuDfFBuFPIU>

Season 5 (2002)

S.5, Ep.1. — "Anchors Away". Directed by Charles McDougall. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-1.html#.WuDfJxuFPIU>

S.5, Ep.2. — "Unoriginal Sin" Directed by Charles McDougall Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-2.html#.WuDfPRuFPIU>

S.5, Ep.3. — "Luck Be an Old Lady". Directed by John David Coles. Written by Julie Rottenberg & Elisa Zuritsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-3.html#.WuDfUxuFPIU>

S.5, Ep.4. — "Cover Girl". Directed by John David Coles. Written by John David Coles. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-4.html#.WuDfchuFPIU>

- S.5, Ep.5. — "Plus-One is the Loneliest Number". Directed by Michael Patrick King. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-5.html#.WuDfhxuFPIU>
- S.5, Ep.6. — "Critical Condition". Directed by Michael Patrick King. Written by Alexa Junge. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-6.html#.WuDfvRuFPIUM>
- S.5, Ep.7. — "The Big Journey". Directed by Michael Engler. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-7.html#.WuDfzxuFPIU>
- S.5, Ep.8. — "I Love a Charade". Directed by Michael Engler. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-5-episode-8.html#.WuDf6BuFPIU>

Season 6 (2003 – 2004).

- S.6, Ep.1. — "To Market, to Market". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-1.html#.WuDiRRuFPIU>
- S.6, Ep.2. — "Great Sexpectations". Directed by Michael Patrick King. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-2.html#.WuDiLxuFPIU>
- S.6, Ep.3. — "The Perfect Present". Directed by David Frankel. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-3.html#.WuDiHRuFPIU>
- S.6, Ep.4. — "Pick-A-Little, Talk-A-Little". Directed by David Frankel. Written by Julie Rottenberg, Elisa Zuritsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-4.html#.WuDiBxuFPIU>
- S.6, Ep.5. — "Lights, Camera, Relationship!". Directed by Michael Engler. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-5.html#.WuDh8huFPIU>

- S.6, Ep.6. — "Hop, Skip, and a Week". Directed by Michael Engler. Written by Amy B. Harris. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-6.html#.WuDh3xuFPIU>
- S.6, Ep.7. — "The Post-It Always Sticks Twice". Directed by Alan Taylor. Written by Liz Tuccillo. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-7.html#.WuDhFhuFPIU>
- S.6, Ep.8. — "The Catch". Directed by Alan Taylor. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-8.html#.WuDhMRuFPIU>
- S.6, Ep.9. — "A Woman's Right to Shoes". Directed by Tim Van Patten. Written by Jenny Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-9.html#.WuDhAxuFPIU>
- S.6, Ep.10. — "Boy, Interrupted". Directed by Tim Van Patten. Written by Cindy Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-10.html#.WuDg8BuFPIU>
- S.6, Ep.11. — "The Domino Effect". Directed by David Frankel. Written by Julie Rottenberg & Elisa Zuritsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-11.html#.WuDg2RuFPIU>
- S.6, Ep.12. — "One" Directed by David Frankel. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-12.html#.WuDgxxuFPIU>
- S.6, Ep.13. — "Let There Be Light". Directed by Michael Patrick King. Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-13.html#.WuDgthuFPIU>
- S.6, Ep.14. — "The Ick-Factor". Directed by Wendy Stanzler. Written by Julie Rottenberg, Elisa Zuritsky. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-14.html#.WuDgnhuFPIU>

S.6, Ep.15. — "Catch-38". Directed by Michael Engler. Written by Cindy Chupack.

URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-15.html#.WuDgixuFPIU>

S.6, Ep.16. — "Out of the Frying Pan". Directed by Michael Engler. Written by Jenny

Bicks. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-16.html#.WuDgeBuFPIU>

S.6, Ep.17. — "The Cold War". Directed by Julian Farino. Written by Aury Wallington.

URL:<http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-17.html#.WuDgYhuFPIU>

S.6, Ep.18. — "Splat!". Directed by Julian Farino. Written by Jenny Bicks, Cindy

Chupack. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-18.html#.WuDgOBuFPIU>

S.6, Ep.19. — "An American Girl In Paris (Part Une)". Directed by Tim Van Patten.

Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-19.html#.WuDgIhuFPIU>

S.6, Ep.20. — "An American Girl In Paris (Part Deux)". Directed by Tim Van Patten.

Written by Michael Patrick King. URL: <http://www.satctranscripts.com/2008/08/sex-and-city-season-6-episode-20.html#.WuDgBhuFPIU>

ВИСНОВКИ

Дослідження okazіонального словотворення у сучасному англomовному кінодискурсі здійснюється у дисертаційній праці шляхом з'ясування лінгвокогнітивної природи okazіональних лексичних одиниць у динамічному комплексі з їх комунікативно-прагматичним потенціалом, оскільки стратегічно-інтенційна спрямованість okazіоналізмів, заснована на їхніх глибинних смислах, апелює до когнітивно-інтерпретативних можливостей глядацької аудиторії.

Кінодискурс як амбівалентна мультимодальна єдність різних знакових систем є специфічним дворівневим креолізованим видом дискурсу і, як наслідок, передбачає нелінійну комунікативну взаємодію між учасниками, якими є колективний автор, персонажі, колективний глядач / підслуховувач і власне дослідник-метареципієнт. Комунікація у кінодискурсі реалізується на тлі накладання кінодіалогу (аудіальної складової) і кінотексту (вербальної складової) та здійснюється на двох рівнях: дієгетичному (у внутрішньофільмових рамках: персонаж → персонаж) та екстрадієгетичному (у межах абстрактної крізь-фільмової взаємодії: колективний автор → глядацька аудиторія).

У витоках дослідження okazіонального словотворення у кінодискурсі з позицій лінгвокогнітивної парадигми знаходяться монументальні праці видатних учених пост-радянської, зокрема української, та зарубіжної шкіл okazіоналістики, що спричинили становлення двох географічно-зумовлених взаємодоповнюючих підходів. У центрі підходу, представленого у вітчизняних дослідженнях, – ОЛО крізь призму опозиції форма – зміст, співвіднесеність ОЛО з потенціалізмом і неологізмом, статус ОЛО відносно поняття «норми». У фокусі прозахідного підходу – етимологічні параметри: ОЛО диференціюють як індивідуально-авторські та мовленнєві, що не передбачають авторської інтенційності, а виникають у процесі мовленнєвого акту внаслідок обмовки чи жартівливого переінакшення, що створює мовну гру.

Дифузність наукових досліджень на сучасному етапі детермінувала становлення когнітивно-комунікативної парадигми, що змістила акцент із структурно-

семантичного аспекту okazіонального словотворення на комунікативну актуалізацію когнітивного наповнення ОЛО шляхом вербалізації комунікативних стратегій, тактик і прийомів із ціллю здійснення впливу на глядацьку свідомість. Відповідно у фокусі аналізу – глибинні мотиви та метаконтекст, що розкривають прагнення персонажів до схвалення, осуду, відчуття важливості чи унікальності своєї особистості, привертання уваги тощо з перспективи продюсерсько-знімальної групи.

Взаємопроникнення наукових векторів зумовило вибір методики комплексного дослідження okazіонального словотворення в англomовному кінодискурсі, що уможлиблює не лише розкриття особливостей квантів знання в інфoнавантажeнні ОЛО шляхом методів лінгвокогнітивного конструювання їхнього значення, а й висвітлення специфіки їх комунікативно-дискурсивної реалізації у маніпулятивних комунікативних стратегіях, тактиках і прийомах на тлі мовленнєвих ситуацій.

У результаті дослідження лінгвокогнівної природи ОЛО, виокремлених із ОМК із англomовної драмедії «Секс та місто», встановлено, що приховані смисли okazіоналізмів акумулюють кванти агрегованого, конденсованого та модифікованого знання, репрезентованого палітрою дериваційних засобів. Для досліджуваних ОЛО характерною є тенденція до використання традиційних словотвірних моделей із okazіональним змістовим наповненням, окрім того у ракурсі специфіки драмедії твірними основами часто виступають ненормативні, навіть нецензурні лексеми.

Агреговане прирощене знання шляхом словоскладання й афіксації виявилось найчастотнішим способом представлення нових фрагментів інформації у драмедії, що детерміновано відносною легкістю інтерпретації адресатом таких новоутворень. Новий інформаційний простір модифікованого знання, що ґрунтується на повній чи частковій видозміні змістового плану, репрезентовано конверсією та словотворенням за аналогією і посідає другу за продуктивністю позицію в аналізованому матеріалі. Конденсоване знання представлено двома магістральними групами блендів і трьома типами скорочень, які продемонстрували найнижчу словотворчу активність у драмедії «Секс та місто», що зумовлено складністю інтерпретації скорочених і контамінованих одиниць у процесі комунікативного акту.

Розкриття лінгвокогнітивної природи оказіонального словотворення відбувається за таким алгоритмом: лінгвокогнітивна процедура → лінгвокогнітивна операція → лінгвокогнітивний механізм, що закладає підвалини алгоритму когнітивного конструювання значення відповідних ОЛО. Можливість інтерпретації інформаційно-пропозиційного навантаження оказіоналізмів у кінодискурсі заснована на спільному репозитарію знань – комплексній єдності соціокультурного контексту, фонових знань і точок перетину асоціативно-ціннісного арсеналу колективного адресата й адресанта.

У результаті дослідження комунікативно-когнітивного потенціалу оказіональної лексики у драмедії «Секс та місто» встановлено, що ОЛО виявилися лінгвальною формою вираження авторського маніпулювання глядацькою свідомістю, експресивними засобами оптимізації маніпулятивного впливу.

Комунікативна стратегія маніпулювання є домінантною та наскрізною стратегією здійснення впливу на адресата і спрямована на стимулювання емпатії (екстрадієгетичний рівень) і спонукання відповідної реакції (дієгетичний рівень). На поверхневому дієгетичному рівні реалізація комунікативних тактик у рамках обраної стратегії є завжди успішною, тоді як глибинний екстрадієгетичний рівень передбачає як успішність, так і комунікативну невдачу. ОЛО у драмедії «Секс та місто» беруть участь у реалізаціях двох стратегій: маніпулятивної самопрезентації і маніпулятивної презентації інших персонажів за такою схемою: ОЛО → когнітивно-інформаційне навантаження ОЛО і способу її творення → стилістична фігура та її функція → комунікативний прийом → комунікативна тактика → комунікативна стратегія.

Комунікативна стратегія маніпулятивної самопрезентації є домінантною стратегією у межах усієї драмедії, адже апріорі передбачає здійснення впливу не на персонажа-учасника комунікативної події, а на колективного адресата. Маніпулятивна інтенційність колективного автора у драмедії «Секс та місто» зумовлює високу емоційність та «аудіальну видовищність» оказіонального словотворення, засновану на асоціативних зв'язках та аналогічному порівнянні.

З урахуванням авторської інтенційності оказіонального словотворення стратегії маніпулятивної самопрезентації уможливорює умовний розподіл тактик у її межах на кооперативні, спрямовані на підтримання гармонійної комунікації між учасниками комунікативного акту, і некооперативні, що сприяють порушенню мовленнєвих взаємовідносин між співрозмовниками. Аудіо-візуальний характер кінодискурсу зумовив те, що невербальні канали презентації інформації стали засобом формування самобутніх образів головних героїв. У такому вимірі мета стратегії маніпулятивної самопрезентації, що переважно втілюється тактикою передачі позитивної інформації про себе (реалізується прийомами самореклами, апелювання до емоцій адресата, апелювання до асоціацій глядацької аудиторії) та менш репрезентованими тактиками негативної інформації про себе (прийоми неввічливості й епатажу) – створення та культивування образу вільної, самореалізованої жінки, яка не боїться осуду громадської думки через пропагування жіночої сексуальної свободи.

У рамках відповідних тактик на дієгетичному рівні ОЛО сприяють самоекспресії чи саморефлексії персонажів, ілюструють їх схильність до красномовства й іронічного ставлення до життя, а на екстрадієгетичному – конструюють образи головних героїнь. Керрі постає кмітливою і красномовною журналісткою, схильною до інтелектуальної гри з оточуючими та власними читачами (магістральний стилістичний засіб – гра слів), Міранда – інтелектуалкою-скептиком, що найчастіше послуговується тактиками самоглузування та глузування (іронія і сарказм). Саманта зображається як найвідвертіша героїня, схильна епатувати публіку, та найсміливіша у своїх інтимних експериментах (епатаж), тоді як її антипод Шарлотт (саморозкриття, апелювання до емоцій адресата) уособлює консервативну, схильну до саморефлексії жінку, яка соромиться власних бажань, проте дотримується традиційних поглядів на сімейні цінності. Колективний автор, створюючи образи героїнь для наслідування, репрезентує стереотипну поведінку пересічних жінок в умовах шлюбно-партнерських відносин і майстерно маніпулює ціннісним набором переважно жіночої глядацької аудиторії.

В основі стратегії маніпулятивної презентації інших персонажів – ідентифікація з колективним глядачем і позитивна / негативна стереотипізація гіпертрофованих ситуацій у сфері людських взаємин. Зазначена стратегія також актуалізується кооперативними та некооперативними тактиками, проте, враховуючи специфіку серіалу про жіночу дружбу на основі “girl talk”, кооперативні тактики є превалюючими. Наскрізним стилістичним засобом реалізації тактик обох типів є драмедійна іронія – іронічно-жартівливе представлення поширених проблем у стосунках між чоловіком і жінкою, дещо скептичний погляд на пошук балансу між коханням і сексом та статус самотньої тридцятип’ятилітньої жінки у суспільстві. Стратегія реалізується різними словотвірними типами ОЛО, найчастіше композитами, голофразисними одиницями та одиницями, утвореними за аналогією.

Роль ОЛО у дискурсивній реалізації маніпулятивних стратегій самопрезентації і презентації інших персонажів залежить від композиційно-структурних форм драмедії. Драмедія «Секс та місто» включає 6 сезонів із різною кількістю епізодів, пов’язаних спільною сюжетною лінією та ідеєю, проте характерною є відсутність кліфхенгерів – незавершених фіналів окремих епізодів. У свою чергу, кожен епізод умовно складається з таких композиційних частин: назви, прологу за участі екстрадієгетичного голосу за кадром, від імені якого ведеться розповідь та уособленого персонажем-медіатором Керрі Бредшо, основної частини як сукупності п’яти сюжетів – двох комічних, двох серйозних окремо з кожною героїнею та спільної сцени обговорення основної проблематики відповідного епізоду, – де поєднуючою ланкою виступають ремарки Керрі у вигляді позакадрових коментарів. Епілог є заключним монологом головної героїні, яка звертається безпосередньо до глядацької аудиторії та залишає відкритим як фінал епізоду, так і розв’язання пропонованої на початку епізоду проблеми, апелюючи до емпатії та емоційного фідбеку.

Назва епізоду відіграє роль екстрадієгетичної орієнтації, що створює інтригу, де домінантною є стратегія маніпулятивної самопрезентації шляхом прийому апелювання до асоціацій глядацької аудиторії, вербалізована ОЛО, заснованими на

інтертекстуальності. У пролозі відбувається зав'язка сюжетної колізії голосом за кадром, відтак магістральними є прийоми самореклами, лейбеллінгу, «сяючих узагальнень», вербалізовані ОЛО, заснованими на грі слів і аналогії. Основні події виявилися найпродуктивнішими у плані застосування ОЛО, що реалізують практично всі комунікативні тактики та прийоми, вербалізовані різними словотвірними типами ОЛО, проте особливою частотністю відзначилася тактика бондингу на основі прийому жартівливого дражніння, оскільки у досліджуваній драмедії гумор та іронія виступають ключовими стилістичними прийомами. Розв'язка показово ілюструє дворівневість кінодискурсу, позаяк Керрі комунікує з глядачем, розкриваючи свої мотиви, душевний стан, тому прийоми саморозкриття, втечі від саморозкриття, апелювання до емоцій адресата та до асоціацій глядацької аудиторії значно переважають у зазначеній композиційній структурі епізоду, що відображає філософське ставлення героїні до міжстатевих проблем. Іntenцією автора є навіяти колективному адресату відповідні емоції та спровокувати бажану емоційну реакцію.

Застосована у дисертації методика комплексного аналізу лінгвокогнітивної природи і комунікативно-когнітивного потенціалу okazіонального словотворення у драмедії «Секс та місто» припускає можливість її застосування для висвітлення ролі мовних засобів у процесі оптимізації маніпулятивного впливу та майстерної гри з глядацькою свідомістю у різних підвидах кінодискурсу, що становить перспективу наукових досліджень.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А
ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ
ОКАЗІОНАЛЬНОГО СЛОВОТВОРЕННЯ У КІНОДИСКУРСІ
У ЗАРУБІЖНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

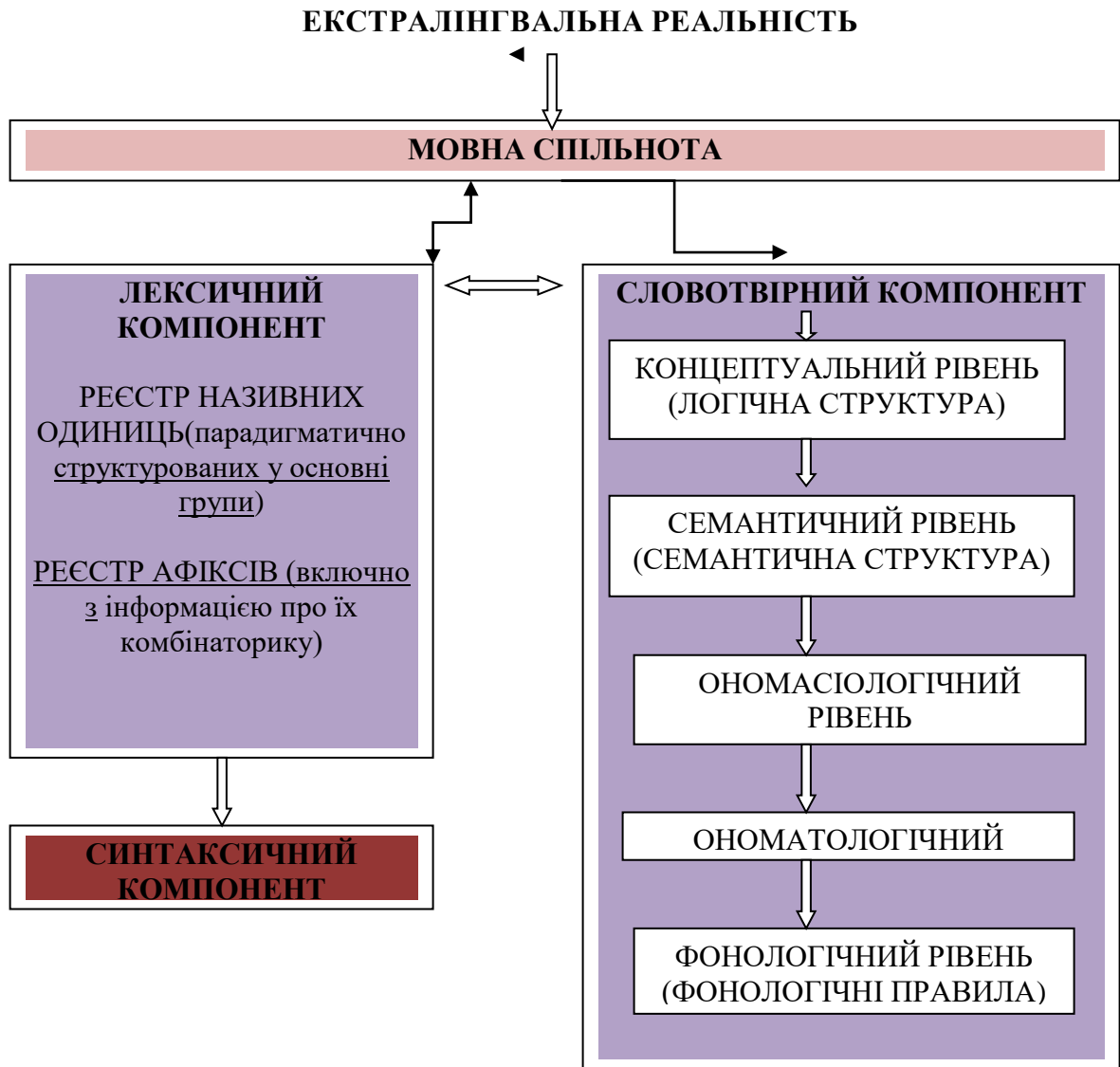


Рис. А.1 Ономасіологічна модель П. Штекауера (P. Stekauer)



Рис. А.2 Способи okazionalnoї деривації
(за Ж. В. Колоїз)

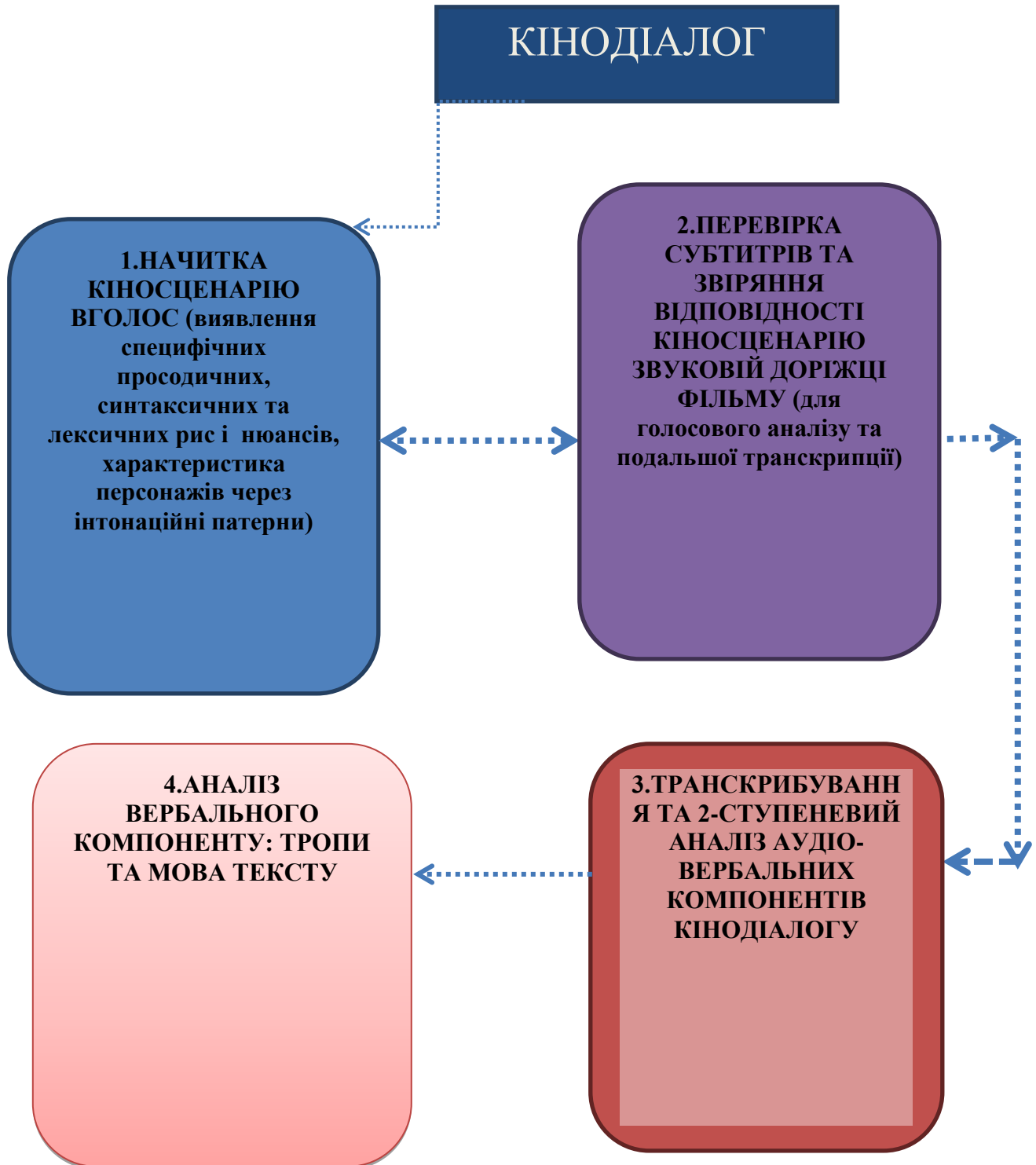
Таблиця А.1

**Текстуально-метакоптекстуальна диференціяція функцій окаяіоналізмів
(за П. Гогенгауом, Р. Нohenhaus)**

Комунікативні		Жанр	Метакомунікативні		Жанр
		Мета			Мета
1.гіпстатична функція	передбачає відсутність явища в екстралінгвістичній реальності за наявності відповідного найменування,	«експлуатується задля потреб текстуальності, адже часто окаяіональна номінативна одиниця називає явище, яке існує винятково у художньому контексті, сприяючи художній ілюзії» [Р. Нohenhaus, p. 21].	1.Кларифікація та запобігання неоднозначному тлумаченню	контрастивна редуплікація або «складнопохідні з ідентичними компонентами»: 'I don't mean (Y)X but XX' / 'Do you mean XX or (Y)X?'.	автентичні діалоги та тексти розмовного реєстру, вживається у заперечних та питальних конструкціях. Слугує для кларифікації та підведення неоднозначного тлумачення до "прототипного" загальноприйнятого значення
2.функція «привертання уваги»	що «досягається методом гри слів за допомогою «засобів привертання уваги» (ASD – Attention Seeking Devices, p. 23), прийомів, заснованих на фонетичній співзвучності	особливо характерна для рекламних текстів, газетних та журнальних заголовків,	2.Аналогічна адаптація/ «пряма корекція аналогії»	«передбачає наявність одиниці-моделі для аналогічного словотворення у попередньому контексті з послідовним коментарем та обов'язковим коригуванням у вигляді нової одиниці»	превалює у пародійних текстах
Функція текстового/дискурсивного	окаяіоналізм виключно «продовжує» ситуативний контекст: наприклад "ditmy cotpounds" = семантично-знебарвлений компонент + thing/business , + елемент попереднього контексту.	розмовна мова або ж специфічний виду текстів: літературні та драматичні діалогів, для надання відтінку невимушеності Відіграють роль "анафоричного посилання" [Ibid., p. 20]	Металінгвістична вибірка	часто заснована на інтертекстуальності, означає «використання елементів із споріднених текстів, вибірку або цитування з подальшими маніпуляціями для утворення нової одиниці	превалює у пародійних текстах, гуморесках, анекдотах

Продовження таблиці А.1

Комунікативні		Жанр	Метакомунікативні		Жанр
		Мета			Мета
функція залучення читача до атмосфери літературного	Епізодичні складні слова”, які використовуються, щоб правильно розтлумачити складні утворення на основі попередніх епізодів художнього контексту. [Р. Hohenhaus, р. 21]	Белетристика, з метою зробити читача «учасником уявної мовної групи»	Делокутивна конверсія	представляє конвертування слів-звертань у дієслова, наприклад: ‘Don’t you <u>you</u> me!’. Конверсії можуть зазнати не тільки слова та фрази, а навіть “екстрафонологічні” (без голосних звуків) вигуків: “Don’t ‘ssh’ me!”	характерна для конфліктних комунікативних ситуацій, діалогів та розмов з відтінком роздратування
			Оказіональна стереотипізація –	синтаксичні утворення («звичайні стереотипи або ж “композиційно-формулаїчні вирази”), що вживаються у якості складних слів, можуть ставати основою для подальших дериваційних актів	Комедійні твори
			Емотивність шляхом конверсії та редуплікації	«емотивування» «ідіосинкретичний словотвір - MUDs (“multi-user dungeon/dimension”), характеризується можливістю вираження емоцій за допомогою комбінацій клавіш	жанр «віртуальної реальності» загалом, та комп’ютерних ігор зокрема
			перебільшене акцентування або негативна гіпостатизація	вигадування абсурдного неіснуючого концепта для порівняння з іншим, якого або не існує, або нема в наявності	оказіоналізм підкреслює абсурдність та неіснування позначуваного ним явища



*Рис. А.3 Чотириступенева методика аналізу кінодіалогу
(за Джефом Джеклом, J. Jaesckle)*

Комунікативні рівні кінодискурсу
на основі взаємодії письмового та розмовного типів мовлення
(за Ф.Россі, F. Rossi)

ЕТАПИ ПЕРЕХОДУ ВІД ПИСЬМОВОГО ДО РОЗМОВНОГО ТИПІВ МОВЛЕННЯ У ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ ФІЛЬМУ	ТИП МОВЛЕННЯ
ТЕМА – КАТЕГОРІЯ – ТРАКТУВАННЯ – СЦЕНАРІЙ – ТЕКСТ СЦЕНАРІЮ	<i>ПИСЬМОВИЙ</i>
ЖИВА АКТОРСЬКА ГРА	<i>РОЗМОВНИЙ</i>
ЗАГАЛЬНА РОЗШИФРОВКА ТЕКСТІВ ДІАЛОГІВ	<i>ПИСЬМОВИЙ</i>
ПОСТ-СИНХРОНІЗАЦІЯ ДІАЛОГІВ	<i>РОЗМОВНИЙ</i>
ПЕРЕКЛАД – ІНСЦЕНУВАННЯ	<i>ПИСЬМОВИЙ</i>
ДУБЛЯЖ – МІКШУВАННЯ – ОСТАТОЧНИЙ ТЕКСТ ДІАЛОГІВ	<i>РОЗМОВНИЙ</i>
ДЕКУПАЖ АБО ЗВУКОЗАПИС ТЕКСТІВ	<i>ПИСЬМОВИЙ</i>

Диференціація та відмінності між кінотекстами та спонтанним мовленням

(за Ф.Россі, F. Rossi)

ТЕКСТ ФІЛЬМУ	СПОНТАННЕ МОВЛЕННЯ
Висловлювання довгі, прагматичні маркери відсутні	Наявні самоповтори, самокорекції, прагматичні маркери, недовгі висловлювання
Використання складних часових форм у монологіях	Простіші часові форми, велика кількість модальних конструкцій
Використання власних іменників у алокутивній функції (як звертання)	Використання вказівних займенників
Повтори та анафори	Відсутні або незначні анафори
Відсутність пауз чи вагання перед зміною комунікативних ролей	Паузи або вагання
Парафрази, коментарі (у вигляді образів чи картинок)	
Персонажі практично не перебивають один одного, майже відсутні комунікативні шуми	

**Диференціація між усним мовленням та усним медіадискурсом
(за А. О'Кіф, О'Кееffe)**

	<u>Усне спілкування</u>	<u>Усний медіадискурс</u>
<u>КОМУНІКАТИВНИЙ КОНТЕКСТ</u>	Відбувається на відносній відстані, поза межами «підслуховувачів» Учасники та підслуховувачі є спів присутніми Приватне оточення	Відбувається на очах «підслуховувачів» або безпосередньо перед ними Учасники та підслуховувачі не завжди співприсутні Публічна сфера
<u>СТАТУС ГЛЯДАЧІВ/ПУБЛІКИ</u>	Не узгоджується	Узгоджується
<u>ВІДНОШЕННЯ ДО ПУБЛІКИ</u>	Непряме, відокремлене	Безпосередньо пряме, залучене
<u>ТРИВАЛІСТЬ</u>	Нерегульована	Регульована
<u>ВЛАДНО-ПІДЛЕГЛІ СТОСУНКИ</u>	Симетричні	Асиметричні
<u>ЗМІНА КОМУНІКАТИВНИХ РОЛЕЙ</u>	Невизначена Короткі репліки, зазвичай перебиваються та накладаються одна на одну	Визначена та розподілена наперед Репліки довгі, не накладаються
<u>СОЦІАЛЬНІ РОЛІ</u>	Неінституалізовані, співпадають із загальноприйнятими соціо-стосунковими ролями (мати – син, друг – подруга)	Інституалізовані, зовнішньо та штучно детерміновані
<u>МЕТА</u>	Виникає у процесі розмови, відповідає ситуації комунікативного акту	Інституалізована, як правило, трансакційна

Продовження таблиці А.4

	<u>Усне спілкування</u>	<u>Усний медіадискурс</u>
<u>КОНВЕНЦІЙНІ РАМКИ</u>	Спільно визначені та узгоджені колективно	Визначені наперед та заплановані носієм влади (у даному випадку знімальною групою)
<u>ТЕМАТИКА</u>	Обирається колективно, розмова починається та завершується за взаємною згодою	Наперед розпланована та обрана носієм влади (знімальною групою)

ДОДАТОК Б
МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ
ОКАЗІОНАЛЬНОГО СЛОВОТВОРЕННЯ У КІНОДИСКУРСІ У
ЗАРУБІЖНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

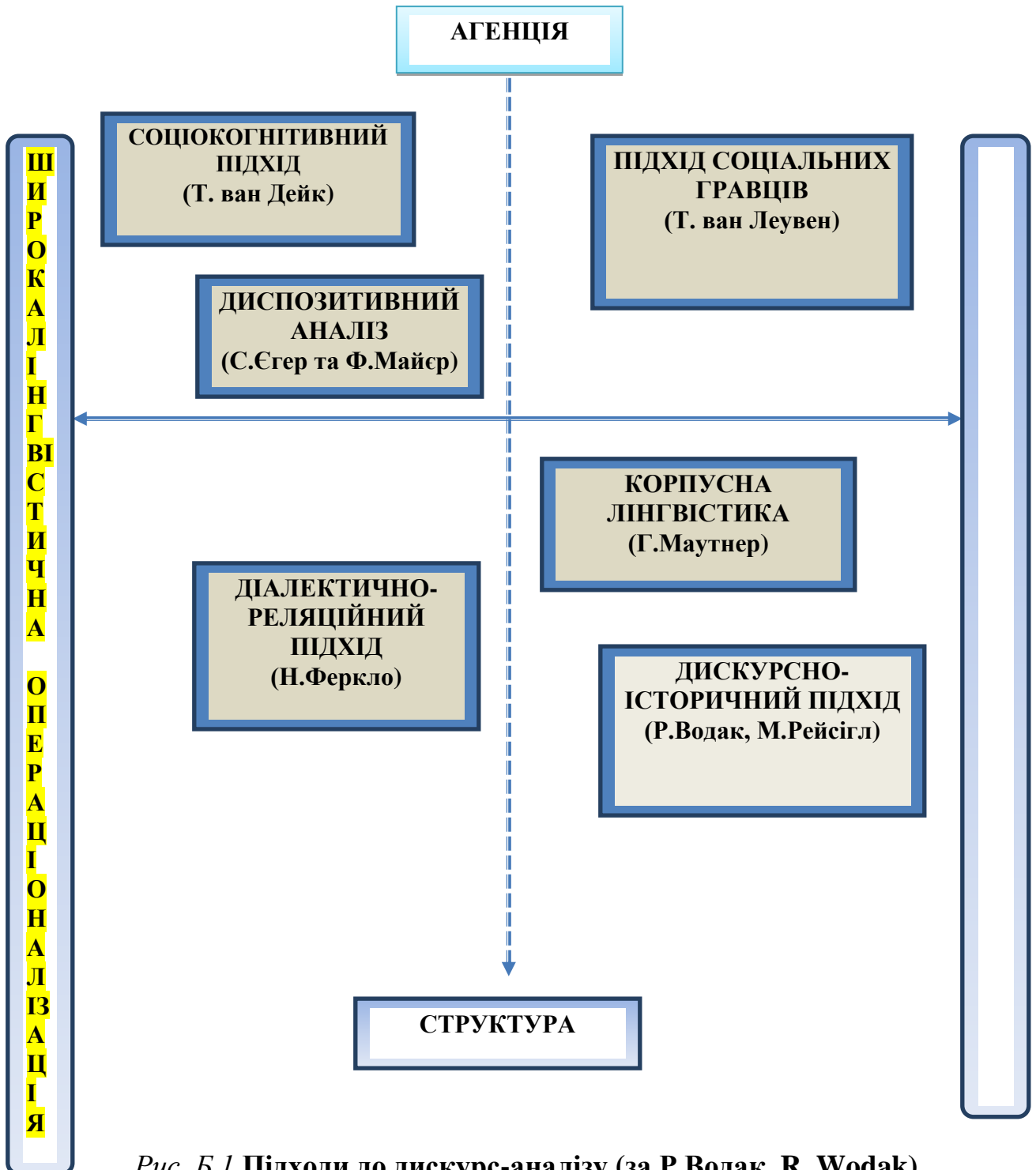


Рис. Б.1 Підходи до дискурс-аналізу (за Р.Водак, R. Wodak)

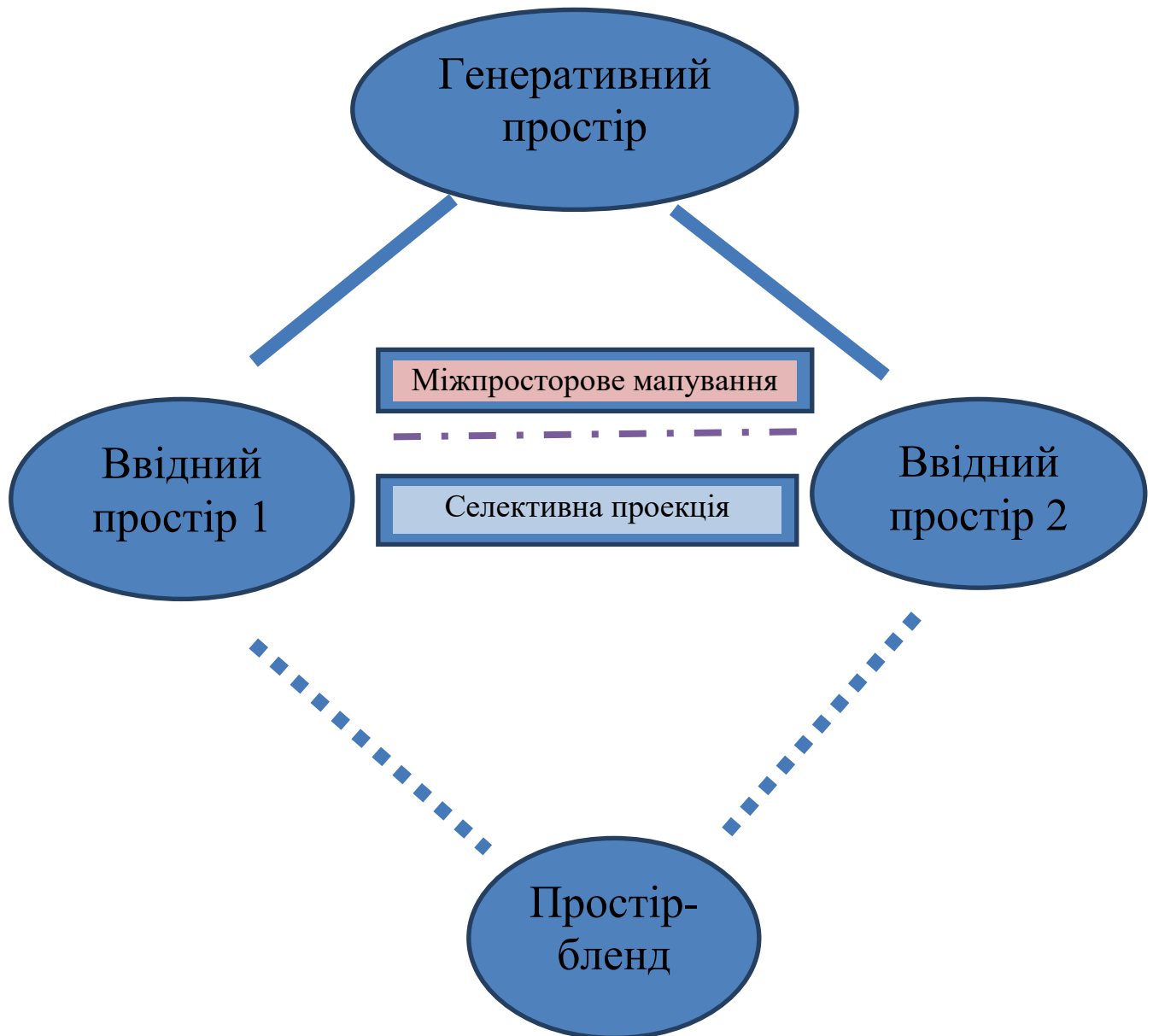


Рис. Б.2 Схема інтеграції ментальних просторів та створення простору-бленду

(за Ж. Фоконьє та М. Тернером, G. Fauconnier, M. Turner)

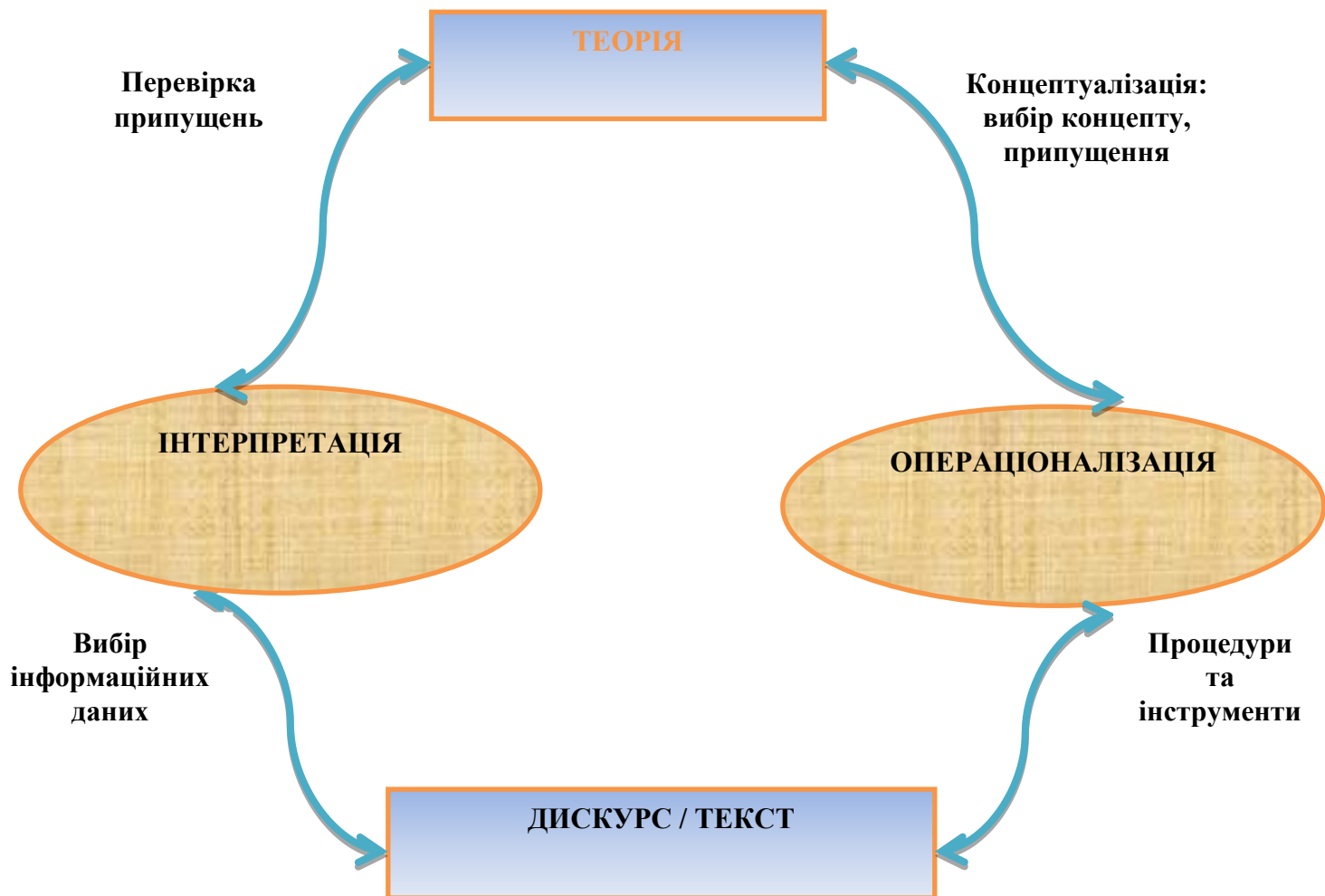


Рис. Б.3 Методика критичного дискурс-аналізу
 (дослідження як процес)
 (за Р. Водак, R. Wodak)

ДОДАТОК В
ЗАСТОСУВАННЯ ОКАЗІОНАЛЬНИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ У
СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ

Типи композитних okazіональних лексичних одиниць	Структурні моделі	Кількість ОЛО	%	Загальна кількість, %
1) Аддитивні ендосентричні				662 61%
правоядрові ендосентричні	NN	416	51%	
	AdjN	18	1,5%	
	VN	9	1%	
Антономазійні	N ^{prop} N	17	1,5%	
анафоричні	NN ^{empty}	106	13%	
неокласичні	L _f N	11	1%	
	L _f Adj	7	0,5%	
Копулятивні	NN	8		
	NNN	4	1%	
Редуплікативні	NN ^{id}	59	8%	
	AdjAdj ^{id}			
2) Аддитивні екзосентричні				134 10,5%
	NAdj	28		
	NV	25	7%	
	NN	8		
3) Голофразис				310 28%
4) Композитні ОЛО змішаного типу				
Відвербальні				
Герундіальні	NVing	53	4%	
партиципiальні	NV ^{ed}	37	3%	
	NVing	44	3,5%	
Парасинтетичні	NN _{suf} er	232	11%	
	NN _{suf} y			
	NN _{suf} ite			
	NN _{suf} ist			
Разом				1070, 44%

ДОДАТОК Д

**ОКАЗІОНАЛЬНЕ СЛОВОТВОРЕННЯ У РЕАЛІЗАЦІЇ
КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК
У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ**

Таблиця Д.1

**Реалізація стратегії маніпулятивної самопрезентації
у комунікативних тактиках і комунікативних прийомах у драмедії «СТМ»**

<i>Комунікативна тактика</i>		<i>Комунікативний прийом</i>
<i>Кооперативні</i>	Тактика передачі позитивної інформації про себе	Самореклама
		Екземпліфікація
		Апелювання до асоціацій глядацької аудиторії
		Апелювання до емоцій адресата
<i>Некооперативні</i>	Тактика передачі негативної інформації про себе	Апелювання до емоцій адресата (неввічливість)
	Тактика акцентування на негативній інформації про себе	Епатаж
	Тактика самоглузування	«Скромна самопрезентації» саморозкриття

**Контекстуальна реалізація стратегії маніпулятивної самопрезентації
у комунікативних тактиках і комунікативних прийомах у драмедії «СТМ»**

Комунікативна тактика		Комунікативний прийом	Оказіонально маркований контекст (ОМК)		Оказіональна лексична одиниця (ОЛО)	
			ОМК	%	ОЛО	%
Кооперативні	Тактика передачі позитивної інформації про себе	Самореклама	202	33%	383	33%
		Екземпліфікація	44	7%	83	7%
		Апелювання до асоціацій глядацької аудиторії	74	12%	140	12%
		Апелювання до емоцій адресата	116	19%	220	19%
Некооперативні	Тактика передачі негативної інформації про себе	Неввічливість	37	6%	71	6%
	Тактика акцентування на негативній інформації про себе	Епатаж	74	12%	141	12%
	Тактика самоглузування шляхом прийому саморозкриття та «втечі від саморозкриття»	Саморозкриття	47	70%	90	70%
		«Втеча від саморозкриття»	21	30%	39	30%

Використання оказіональних лексичних одиниць у контекстуальній реалізації стратегії маніпулятивної самопрезентації у комунікативних тактиках і комунікативних прийомах у драмедії «СТМ»

Комунікативна тактика і комунікативний прийом	Оказіональна лексична одиниця (ОЛО)			Оказіонально маркований контекст (ОМК)	
	ОЛО	Кількість	%	ОМК	%
Комунікативна тактика передачі позитивної інформації про себе шляхом прийому самореклами	Бленди	112	29%	59	%
	Композити	98	25%	51	%
	Голофразисні конструкції	87	23%	46	%
	Афіксальні ОЛО	73	18%	38	%
	Скорочення	17	3%	7	3%
Комунікативна тактика передачі позитивної інформації про себе шляхом прийому екземпліфікації	Анафоричні композити	83	7%	44	7%
Комунікативна тактика передачі позитивної інформації про себе шляхом прийому апелювання до асоціацій глядацької аудиторії	Композити	52	37%	27	37%
	Афіксати	41	29%	22	29%

Продовження таблиці Д.3

	Конверсиви + ОЛО, утворені внаслідок гіпостазу	29	21%	15	29%
	«Даффініції»	18	13%	9	13%
Комунікативна тактика передачі позитивної інформації про себе шляхом прийому апелювання до емоцій адресата	Афіксальні деривати	14	1%	7	0,5%
	Композити	110	50%	58	52%
	Голофразисні конструкції	30	14%	16	15%
	конверсиви	66	31%	35	30%
Комунікативна тактика передачі негативної інформації про себе шляхом прийому неввічливості	Слова-табу – ОЛО, утворені за аналогією	66	88%	33	88%
	Дисфемізми	8	12%	4	12%

Продовження таблиці Д.3

Комунікативна тактика акцентування на негативній інформації про себе шляхом прийому епатажу	ОЛО, утворені за аналогією	59	42%	31	43%
	Конверсиви	48	34%	25	34%
	Композити	34	24%	18	24%
Тактика самоглузування шляхом прийому саморозкриття	Афіксати	36	28%	19	28%
	Аналогія	24	19%	13	19%
	Голофразис	18	14%	9	14%
	Композити	12	9%	6	9%
Тактика самоглузування шляхом прийому «втечі від саморозкриття»	Композити	16	12%	8	12%
	Голофразисні конструкції	12	9%	6	10%
	Конверсиви	8	6%	4	6%
	Ономатопейні вигуки	3	2%	2	2%
Усього		1167	48%	614	48%

Таблиця Д.4

**Реалізація стратегії маніпулятивної презентації інших персонажів
у комунікативних тактиках і комунікативних прийомах у драмедії «СТМ»**

<i>Комунікативна тактика</i>		<i>Комунікативний прийом</i>
Кооперативні	Тактика позитивної презентації інших персонажів	Позитивна ввічливість
		«Сяючі узагальнення»
	Тактика бондингу	Жартівливе дражніння
Некооперативні	Тактика негативної презентації інших персонажів	Неввічливе глузування
	Тактика негативної презентації інших персонажів	Лейбелінг

**Контекстуальна реалізація стратегії маніпулятивної презентації інших персонажів
у комунікативних тактиках і комунікативних прийомах у драмедії «СТМ»**

Комунікативна тактика		Комунікативний прийом	Оказіонально маркований контекст (ОМК)		Оказіональна лексична одиниця (ОЛО)	
			ОМК	%	ОЛО	%
Кооперативні	Тактика позитивної презентації інших персонажів	Позитивна ввічливість	118	18%	224	18%
		«Сяючі узагальнення»	159	24%	303	24%
	Тактика бондингу	Жартівливе дражніння	221	35%	422	34%
Некооперативні	Тактика негативної презентації інших персонажів	Неввічливе глузування	49,5	7%	95	7%
	Тактика негативної презентації інших персонажів»	Лейбеллінг	116	17%	221	17%

Таблиця Д.6

Використання okazіональних лексичних одиниць у контекстуальній реалізації стратегії маніпулятивної презентації інших персонажів у комунікативних тактиках і комунікативних прийомах у драмедії «СТМ»

Комунікативна тактика і комунікативний прийом	Оказіональна лексична одиниця (ОЛО)			Оказіонально маркований контекст (ОМК)	
	ОЛО	Кількість	%	ОМК	%
Комунікативна тактика позитивної презентації інших персонажів шляхом позитивної ввічливості	Композити	130	58%	65	58%
	Суфіксальні деривати	32	15%	16	15%
	Скорочення	20	9%	10	10%
	Редуплікація	14	6%	8	6%
Комунікативна тактика позитивної презентації інших персонажів шляхом «сяючих узагальнень»	ОЛО з компонентом <i>-jew</i>	11	0,5%	6	1%
	ОЛО з компонентом <i>-friend</i>	23	1%	12	1%
	ОЛО з компонентом <i>-love</i>	116	38%	58	38%
	ОЛО з компонентом <i>-sex</i>	153	50,5%	74	51%
Комунікативна тактика бондингу шляхом жартівливого дражніння	Орфографічні бленди	217	51%	114	51%
	Композити	141	33%	74	34%
	Конверсиви	34	8%	18	8%

Продовження таблиці Д.6

	Суфіксати	23	5%	12	5%
	Бленди	7	2%	3	2%
Комуникативна тактика негативної презентації інших персонажів шляхом прийому неввічливого глузування	Голофразисні конструкції	36	38%	19	37%
	Конверсиви	16	17%	8	16%
	Композити	37	39%	19,5	39%
	Скорочення	5	1%	3	0,5%
Комуникативна тактика негативної презентації інших персонажів шляхом прийому лейбеллінгу	Оказіональні бленди	6	0,5%	3,2	1%
	Голофразисні конструкції	51	23%	27	22%
	Скорочення	12	0,5%	6	1%
	Композити	15	1%	8	2%
	Афіксати	38	16%	20	17%
Усього		1264	48%	665	48%

«Модель підслуховувача» у залежності від структурно-композиційних форм драмедії «Секс та місто»

Стр.- комп. Част	Стратегія→тактика як засіб реалізації стратегії /рівень	Оказіоналізм як актуалізатор тактики	<u>Функція</u>
Назва епізоду	Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі позитивної інформації про себе, комунікативний прийом апелювання до асоціацій глядацької аудиторії	Катафоричні антисипатори – бленди, алюзійні дотепи	<u>Антисипаційна</u> – залучення до інтриги та створення «саспенсу»
Пролог	Стратегія маніпулятивної презентації інших персонажів, комунікативна тактика позитивної презентації інших персонажів, комунікативний прийом «сяючих узагальнень»	Оказіональні апетайзери – голофразисні одиниці, композити, конверсиви, абрєвіації	<u>Інформаційна</u> – викликати здогадки щодо розвитку сюжетної лінії <u>Аксіологічна</u> – мовна гра, заснована на обігруванні стереотипів та загальнолюдських цінностей
Основні події	Стратегія маніпулятивної презентації інших персонажів, комунікативна тактика негативної презентації інших персонажів, комунікативний прийом лейбелінгу	Оказіональні експресивно-емоційні маркери відповідних тактик – омоніми та «орфографічні бленди» [Lehrer, p. 120]	Комічна – інтелектуально-мовна гра з метою створення комічного ефекту <u>персуазивна</u> – стимулювання до певних висновків <u>розважальна</u> – розсмішити глядача <u>екстеріоризаційна</u> [T.Schippan] – зовнішнє обрамлення особливих смислів

Продовження таблиці Д.7

Розв'язка	<p>Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі позитивної інформації про себе, комунікативний прийом апелювання до емоцій адресата</p> <p>Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі негативної інформації про себе, комунікативний прийом саморозкриття</p>	<p><i>Оказіональні конденсатори, Оказіональні експресивно-емоційні бустери</i></p>	<p><u>Стимулююча</u> – заохочення до певних дій шляхом апелювання до емоцій адресата</p>
-----------	---	--	--

**Використання оказіональних лексичних одиниць у дискурсивній реалізації
маніпулятивних стратегій і тактик у епізодах драмедії**

Структурно-композиційна форма драмедії	Комунікативна тактика і комунікативний прийом	Оказіональна лексична одиниця (ОЛО)		Оказіонально маркований контекст (ОМК)		Усього	
		ОЛО	%	ОМК	%	ОЛО, %	ОМК, %
Назва епізоду	Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі позитивної інформації про себе, комунікативний прийом апелювання до асоціацій глядацької аудиторії	17	0,1%	8,2	0,1	17 (0,1%)	8,2 (0,1%)
Вступ (пролог)	Стратегія маніпулятивної презентації інших персонажів, комунікативна тактика позитивної презентації інших персонажів, комунікативний прийом «сяючих узагальнень»	83	39%	44	39%	211 (9%)	111 (9%)
	Стратегія маніпулятивної презентації інших персонажів, комунікативна тактика негативної презентації інших персонажів, комунікативний прийом лейбеллінгу	128	61%	67	60%		
Основна частина	Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі позитивної інформації про себе, комунікативний прийом самореклами, екземпліфікації	466	24%	245	24%	1896 (57%)	726 57%

Продовження таблиці Д.8

	Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі позитивної інформації про себе, комунікативний прийом апелювання до асоціацій глядацької аудиторії	123	6%	65	6%		
Основна частина	Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі позитивної інформації про себе, комунікативний прийом апелювання до емоцій адресата	20	0,01%	10	0,01%		
	Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі негативної інформації про себе, комунікативний прийом неввічливості	71	4%	37	4%		
	Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі негативної інформації про себе, комунікативний прийом епатажу	141	7%	74	7%		
	Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі негативної інформації про себе, комунікативний прийом саморозкриття	22	0,02%	12	0,02%		
	Стратегія маніпулятивної презентації інших персонажів, комунікативна тактика позитивної презентації інших персонажів, комунікативний прийом позитивної ввічливості, «сяючих узагальнень»	220+224	23%	234	23%		
	Стратегія маніпулятивної презентації інших персонажів, комунікативна тактика бондингу, комунікативний прийом жартівливого дражніння	422	22%	222	22%		

Продовження таблиці Д.8

	Стратегія маніпулятивної презентації інших персонажів, комунікативна тактика негативної презентації інших персонажів, комунікативний прийом невічливого глузування	94	0,05%	49	0,05%		
	Стратегія маніпулятивної презентації інших персонажів, комунікативна тактика негативної презентації інших персонажів, комунікативний прийом лейбелінгу	93	0,05%	49	0,05%		
Розв'язка (заключна частина)	Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі позитивної інформації про себе, комунікативний прийом апелювання до емоцій адресата	200	65%	105	65%	307	162
	Стратегія маніпулятивної самопрезентації, комунікативна тактика передачі негативної інформації про себе, комунікативний прийом саморозкриття	93	35%	49	35%	13%	13%