

- ные технологии. По материалам международной конференции «Диалог 2011». – М., 2011. – Вып. 10 (17). – С. 433–445.
9. Малащенко В. П. Слово в синтаксисе / В. П. Малащенко ; сост. : Т. В. Милевская, Н. О. Григорьева. – Ростов н/Д : Изд-во РГПУ, 2004. – 368 с.
10. Песоцкая И. В. Значения предложно-падежных синтаксем с лексемой боль / И. В. Песоцкая // Вопр. функц. грамматики : сб. научн. тр. / под ред. М. И. Конюшкович. – Гродно, 2001. – Вып. 4. – С. 44–49.
11. Сергеева Г. Н. Адвербиальные предложно-падежные формы в современном русском языке (к вопросу о переходных явлениях в области частей речи) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Сергеева Галина Николаевна. – М., 1969. – 290 с.
12. Сергеева Г. Н. Предложно-падежные формы с атрибутивным значением (об одной структурно-семантической разновидности «эквивалентов слова») / Г. Н. Сергеева // Явления переходности в грамматическом строе современного русского языка : межвуз. сб. науч. трудов. – М., 1988. – С. 82–88.
13. Шibaкова Л. Г. Конструкция «В + имя существительное в винительном падеже» в современном русском языке: семантика и функционирование: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Шibaкова Лариса Геннадьевна. – Челябинск, 2007. – 174 с.

Надійшла до редколегії 13.02.15

УДК 811.161.2'367.32

О. С. Шатилова

Кременчугський національний університет імені М. Остроградського

ПРОБЛЕМА ДЕКОДУВАННЯ ІМПЛІЦИТНИХ СПОНУКАЛЬНИХ МОВЛЕННЄВИХ АКТІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Порушено питання декодування імпліцитних спонукальних мовленнєвих актів на матеріалі україномовних публіцистичних текстів початку ХХІ ст. Окреслено межі публіцистичного дискурсу. З'ясовано роль спонукання як мовленнєвого акту й важливого складника текстів засобів масової інформації. З-поміж спонукальних мовленнєвих актів виокремлено експліцитні та імпліцитні. Критерієм для розмежування обрано наявність спеціалізованої граматичної форми. Описано механізми створення та функціонування імпліцитних спонукальних актів у публіцистичному дискурсі.

Ключові слова: публіцистичний дискурс, спонукальний мовленнєвий акт, імпліцитна інформація.

Шатилова Е. С. Кременчугский национальный университет имени М. Остроградского. **ПРОБЛЕМА ДЕКОДИРОВАНИЯ ИМПЛИЦИТНЫХ ПОБУДИТЕЛЬНЫХ РЕЧЕВЫХ АКТОВ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Рассмотрен вопрос о декодировании имплицитных побудительных речевых актов на материале украинских публицистических текстов начала ХХІ в. Обозначены границы публицистического дискурса. Выяснена роль побуждения как речевого акта и важного компонента текстов средств массовой информации. Среди побудительных речевых актов выделены эксплицитные и имплицитные. Критерием для разделения определено наличие специализированной грамматической формы. Описаны механизмы образования и функционирования имплицитных побудительных актов в публицистическом дискурсе.

Ключевые слова: публицистический дискурс, побудительный речевой акт, имплицитная информация.

Shatilova O. S. Kremenichuk Mikhailo Ostrohradskyi National University. *PROBLEM OF DECODING IMPLICIT PERSUASIVE SPEECH ACTS IN JOURNALISTIC DISCOURSE*

An integral part of modern life of every human being is a process of communication. Any communication is a complex phenomenon. It also includes a social context that gives an idea of the participants in communication, and communication conditions, and a number of pragmatic factors. The aim is to study the problems implicit incentive decoding of speech acts in journalistic discourse.

Achieving this goal requires solving the following tasks: 1) define the concept of discourse, including «journalistic discourse»; 2) check the verge of motivation as speech act; 3) differentiate between explicit and implicit incentive speech acts; 4) describe the mechanisms of decoding implicit entities. Incentive structures as an object of study is important for a person in terms of their purpose in communication. They are elements of verbal interaction, representing a variety of speech acts. The article focuses on decoding implicit speech acts on the material of Ukrainian journalistic texts beginning of the XXI cent. As explicit structures have specialized forms for the expression of intention incentive, recognition and perception of the text is seamless. Another problem is implicit decoding structures. With implicit phenomenon closely related concept of «context». The criterion for the presence of a specialized division defined grammatical form. The mechanisms of formation and functioning of implicit incentive acts in journalistic discourse. The choice of language tools necessary due to the degree of the speaker in action, relations between communicants, rules of etiquette and more. Proper use in decoding and speech incentive structures ensuring the effectiveness and success of communication.

Key words: journalistic discourse, incentive speech act, implicit information.

У наш час засоби масової інформації (ЗМІ) не лише інструментарій для передавання та одержання відомостей, але і потужне знаряддя впливу на свідомість і поведінку індивідуума. Автори повідомлень ЗМІ не просто констатують факти, але й висвітлюють певні події крізь призму власного світосприйняття, аналізують і дають оцінку тим чи іншим явищам.

Невід’ємна частина сучасного життя кожної людини – процес спілкування. Будь-яка комунікація являє собою складне явище. Воно має і соціальний контекст, який формує уявлення про учасників комунікації, і умови спілкування, і низку прагматичних чинників. Тісно взаємоз’язане із поняттям «комунікація» поняття «дискурс». Дискурс – це «вербалізована мовленнєво-мисленнєва діяльність, складовими якої є лінгвістичні (засоби мовного коду) і нелінгвістичні (засоби інших семіотичних систем) компоненти» [2, с. 104].

Останнім часом поняття «дискурс» усе ширше використовують мовознавці. Так, Г. Г. Почепцов уживає даний термін як синонім до понять «мовлення» або «зв’язне мовлення» [16]; В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвікова тлумачать дискурс як складне синтаксичне ціле, надфразну єдність [12]; для Є. В. Клобукова дискурс – комунікативний цілісний і завершений мовленнєвий витвір [11]; Н. Д. Арутюнова визначає його як певний тип ментальності [1]; Т. ван Дейк дискурсом називає складне комунікативне явище, яке містить поряд із текстом позамовні чинники, що впливають на його формування і сприйняття [6]; Е. Бенвеніст [3], В. В. Богданов [4], М. Л. Макаров [14; 15] описують дискурс як третій складник соссюрівської опозиції, ототожнюючи дискурс із мовленнєвою поведінкою, здійсненням мовленнєвих намірів мовця та інтерпретацією їх слухачем; Ф. С. Бацевич [2] і В. І. Карасик [8; 9] сприймають дискурс як статусно орієнтовану категорію.

Сутність терміна «дискурс» багатогранна і має тривалу історію дослідження. Але, незважаючи на численні праці, даний термін не має однозначного тлумачення. Лінгвісти визначають дискурс як своєрідний текст чи його парадигму, що складається з послідовного ряду логічних мовних ланок, усних або письмових, діалогічних або монологічних і може належати до різних жанрів; у дискурсі наявні корелятивні зв’язки лінгвістичного або екстралінгвістичного

змісту, а отже, логічність і змістовність структурної будови, здатної реалізувати прагматику аргументації, полеміки та наукової доказовості [17, с. 84].

Один із найпоширеніших типів дискурсу – публіцистичний. Він формується на основі національної мови, яку використовують журналісти, політичні діячі або представники владних структур для досягнення найрізноманітніших цілей: а) вирішення суспільно-політичних питань; б) активного впливу на читачів / глядачів / слухачів; в) переконання в справедливості певної ідеї; г) спонукання до творчої діяльності; д) пропагування прогресивних ідей, учень, здорового способу життя тощо.

Публіцистичний дискурс набуває різних форм текстового вираження, наприклад, він притаманний авторським монологам, діалогічній мові, хронікально-документальному жанру тощо. Тексти цього типу виконують функцію формування масової свідомості, впливають на неї через добір інформації. Їм властиві мовні форми стандартизації та експресивності, залучення елементів розмовного, художнього стилів для досягнення публіцистичної експресії.

Метою роботи є дослідження проблем декодування імпліцитних спонукальних мовленнєвих актів у публіцистичному дискурсі. Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**: 1) проаналізувати поняття «дискурс», зокрема «публіцистичний дискурс»; 2) з'ясувати межі спонукання як мовленнєвого акту; 3) диференціювати експліцитні та імпліцитні спонукальні мовленнєві акти; 4) описати механізми декодування імпліцитних утворень.

Матеріалом дослідження обрано публіцистичні тексти початку ХХІ ст.

Публіцистичний дискурс передбачає формування масової свідомості, впливу на неї через добір інформації. З одного боку, у мові ЗМІ широко використовують суспільно-політичну лексику, політичні заклики, гасла, точні найменування (подій, дат, учасників, місця), а з іншого – багатозначну образну лексику, здатну привернути увагу читача й вплинути на нього, художні засоби – тропи і фігури. Усі лексеми зазвичай чітко поділяють на позитивно-оцінні й негативно-оцінні. Навіть у разі художнього домислу в публіцистичному стилі авторське «я» збігається з фактичним мовцем. А однією з найважливіших ознак публіцистичного стилю та його основним призначенням є вираження протистояння певних сил. Причому прийоми й засоби створення особливого публіцистичного колориту перебувають у постійній динаміці. Їх рухливість зумовлена зміною соціальних та естетичних оцінок засобів сучасної літературної мови, зокрема засобів з високою (позитивною) чи зниженою (негативною) оцінкою.

Головна риса мови публіцистики – надання оцінки сказаному. Усі мовні засоби спрямовані на те, щоб вплинути на аудиторію. Тому для публіцистики характерні спонукальні мовленнєві акти. Основна функція спонукального мовленнєвого акту – вплив на діяльнісну поведінку адресата. Окремі типи мовленнєвих актів виникають у зв'язку із різноманітними інтенціями й спонукальними ситуаціями. Їх появу в тому числі зумовлюють такі екстралінгвістичні чинники, як зацікавленість / незацікавленість мовця у виконанні дії, спрямованість її на користь одного з учасників спілкування, урахування реакції адресата на спонукання, аспект субординації, офіційність / неофіційність умов спілкування, стосунки між учасниками комунікації, обов'язковість / необов'язковість виконання спонукання адресатом тощо.

Спонукальні конструкції як об'єкт дослідження – важливі для людини стосовно їх призначення в комунікації. Вони є елемент мовленнєвої взаємодії, являючи собою різновиди мовленнєвих актів. Дослідження комунікативної сутності речення, способів впливу мовця на адресата, сприйняття адресатом намірів мовця сформували новий лінгвістичний напрям – інтенціоналізм (латин. *intentio* – устремління, ба-

жання). Комунікативна інтенція – одна з категорій теорії мовленнєвих актів, «комунікативний намір адресанта (усвідомлений чи інтуїтивний), який визначає внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення» [2, с. 326].

Під час спілкування інформація може бути передана двома способами: явно (відкрито) та приховано (замасковано). Відповідно зміст повідомлень може бути експліцитним й імпліцитним. Експліцитний зміст / інформація (латин. *explicito* – явний, виражений) – «явний, виражений смисл, який сприймається комунікантами із значень мовних одиниць» [Там само, с. 156]. Імпліцитний зміст / інформація (латин. *implicito* – неявний) – «неявний, прихований зміст, який виводиться слухачем (читачем) із значень мовних одиниць під впливом конкретної ситуації та контексту спілкування» [Там само]. Наприклад: *[Жінка завжди була берегинею сімейного вогнища, душею родини]. Тож чи слід відмовлятися від цієї ролі?* (Світ молоді. 24.09.2010). Безпосереднім змістом наведеного речення є запитання про необхідність бути жінкою, берегинею сімейного вогнища. Проте воно передає спонукання до певної дії: продовження виконання функцій (обов'язків) березині.

У запропонованому нижче фрагменті виділена конструкція є експліцитно виражене спонукання:

Ліда притишила голос:

– Іди, Романе, – вирвала свою руку з моєї (Вітчизна. № 1–2. 2009).

Для порівняння наведемо імпліцитно виражену спонукальну конструкцію: *Невже важко розібратися у ситуації, здійснити нормальні кадрові зміни?* (Музеї України. 05.02.2011). Наведене речення формально є питальне. Однак воно позначає спонукання до виконання певних дій. В експліцитному вигляді спонукання не висловлене, тому його можна вважати імпліцитним змістом повідомлення, вираженим особливим чином. Наприклад: *[Слава Богу, що зараз нарешиті припинені прями звинувачення учасників процесів один одного]. Я би хотів дуже, щоб ми не поверталися до цієї поганої практики* (ICTV. «Свобода слова». 07.09.09. – 23:00). У виділеному реченні приховано зміст волевияву мовця «не повертаймося до цієї поганої практики». Наприклад:

[Бойко: Ви знаєте, ми, взагалі-то, звикли до звинувачень до Партії регіонів. Імені незрозуміла іронія ваша, пане Сергію, ви кажете, що рецепт Партії регіонів – це збільшення зарплати людям. Я розумію, що для вас півтори тисячі гривень – гроші, можливо. А для людей це дуже важливо.

Соболев: Ті, хто газом займалися, – вони знають, про що кажуть].

Бойко: Я вас не перебивав, якщо ви пам'ятаєте (ICTV. «Свобода слова». 07.09.09. – 23:00).

Виділена конструкція має значення «не перебивайте мене». Отже, безпосередній смисл цієї репліки – прохання припинити виконання певної дії. Однак у межах діалогу цей волевияв мовця формально виражений реченням розповідної модальності, а спонукальна модальність імпліцитна, прихована.

У виведенні імпліцитного змісту, як зазначає Ф. С. Бацевич, важливу роль відіграють контекст і ситуація спілкування. Виходячи із цього, дослідник стверджує, що імпліцитний зміст – це така інформація, яку, не маючи безпосереднього вираження, виводять із експліцитного змісту мовних одиниць у результаті їх взаємодії зі знаннями отримувача (адресата – читача, слухача) тексту, зокрема з інформацією, узятій з контексту та ситуації спілкування [2, с. 157].

Імпліцитність інформації пов'язана з поняттям пресупозиції. Цей термін у сучасній лінгвістичній науці та філософії вживають у широкому та вузькому значеннях. **Пресупозиція** в широкому значенні (латин. *prae* – попереду і *supposition* – припущення) – це «спільний фонд знань, спільний досвід, спільні попередні відомості» [2, с. 157].

мости про явище, подію, стан речей тощо, якими володіють комуніканти; зона перетину когнітивних просторів учасників комунікації, яка актуалізується в процесі спілкування» [2, с. 181]. У вузькому значенні **пресупозиція** – це імпліцитний компонент змісту повідомлення (висловлення), який повинен бути істинним, щоб повідомлення (висловлення) загалом не було сприйняте як семантично аномальне або недоречне в певному контексті [Там само]. Саме пресупозиції впливають на вибір того чи іншого способу передачі інформації під час спілкування.

Оскільки експліцитні конструкції мають спеціалізовані форми для вираження спонукальної інтенції, розпізнавання й сприйняття їх у тексті не викликає труднощів. Проблемним є декодування імпліцитних утворень.

Із явищем імпліцитності / експліцитності тісно пов'язане поняття «контекст». Як зазначає Ю. Я. Заза, у різних напрямках вивчення контексту по-різному детермінують і трактують його значення в процесі комунікації [7, с. 16]. Згідно зі значенням і роллю категорії «контекст» у теоретичних моделях виділяють той чи інший напрям вивчення комунікації [15, с. 14].

М. Хірскова пропонує тлумачити контекст у вузькому (мовне оточення) та широкому значеннях (комунікативно релевантні обставини комунікативної ситуації, у яких відбувається спілкування). Найважливіші компоненти ситуативного контексту, на її думку, – адресант, адресат, комунікативна інтенція або інтенції мовця, психологічні чинники, пов'язані з мовцем й адресатом, висловлення та їх контекст [20].

Аналіз контекстуально зумовлених мовних засобів належить до сфери досліджень лінгвістичної прагматики, адже екстралінгвістичні чинники здатні модифікувати загальний зміст речення або впливати на процес його сприйняття. Принцип залежності мовлення від екстралінгвістичних чинників було сформульовано у «Тезах Празького лінгвістичного гуртка» (1928–1929) [13, с. 67–68]. Одним із перших вплив екстралінгвістичних чинників на спілкування проаналізував Л. П. Якубинський у 20–30-ті рр. ХХ ст. Також дане питання досліджували у своїх працях В. М. Волошинов, Г. О. Винокур, Б. О. Ларін [Там же, с. 67].

Про природне оточення – ситуативний контекст – писав представник Лондонської школи Дж. Фьорс [19, с. 132]. Він уважав, що певне висловлення набуває значення лише щодо певних ситуацій, а не в межах своєї структури. Науковець класифікував типові контексти й намагався сформулювати перелік ситуативних контекстів. У цьому напрямі працювали лінгвісти Дж. Браун, Дж. Ліч, Б. Фрейзер, Г. Ласуелл, Д. Хаймс, М. Холідей, Дж. Фішман.

Ю. Я. Заза наголошує, що в дослідженні комунікації як соціально зумовленої діяльності ситуація займає важливе місце, оскільки з нею пов'язана ситуативна варіація спілкування [7, с. 18]. Проаналізуємо, як розуміють категорію ситуації та ситуативного контексту в сучасній комунікативній лінгвістиці й прагмалінгвістиці.

Визначення контексту як «тла висловлення» (тут і далі переклад наш. – *О. Ш.*) [5, с. 125] свідчить про його несамостійність щодо мовного вираження. Проте будь-яке спілкування відбувається завжди за певних умов, коли «я і ти зустрічаються тут і зараз» [18, с. 9], отже, умови комунікації – прагматичні координати, що, на думку Н. Формановської, набувають своє вираження у «граматичних формах та етикетних висловленнях» [Там же].

На переконання Г. Парре, ситуативний контекст «диктує» загальні принципи спілкування та відкриває можливості для системного вивчення правил і конвенцій, які регулюють комунікативну поведінку мовців [21, с. 96–98].

Ситуативний контекст спілкування – це обставини, у яких відбувається комунікація: місце, час, особистість партнера (партнерів), соціальні ролі учасників

тощо [2, с. 337]. За Ф. С. Бацевичем, ситуація спілкування суттєво впливає на процес комунікації і вибір того чи іншого мовленнєвого акту [Там само, с. 107].

Дані спостережень щодо експліцитності / імпліцитності спонукальної інформації в публіцистичному дискурсі такі: усього виявлено 7438 експліцитних і 3362 імпліцитні конструкції. Це відповідно 69 % і 31 % від загальної кількості проаналізованих спонукальних утворень. Найчастіше експліцитні форми вжито в аналітичних жанрах (2152, або 20 %), рідше – у художньо-публіцистичних (1926, або 18 %) і рекламних жанрах (1929, або 18 %). Найменш уживані спонукальні конструкції експліцитного типу в інформаційних текстах (1431, або 13 %). Щодо імпліцитних форм, то їх активно уживають у рекламних жанрах (1213, або 11 %), менше – в аналітичних (881, або 8 %) і художньо-публіцистичних (835, або 8 %) текстах і найменше – в інформаційних (433, або 4 %).

Отже, конструкції, здатні виражати спонукування, репрезентовано різнорівневими мовними засобами. Їх структурування можливе завдяки спільній семантичній ознаці – інваріантному значенню спонукування – і граматичному оформленню. Урахування експліцитності / імпліцитності подання інформації – важливий складник дослідження спонукальних конструкцій. Виявлено специфічні способи вираження інформації залежно від її характеру. Вибір тих чи інших мовних засобів зумовлений зацікавленістю мовця у виконанні дії, стосунками між комунікантами, нормами етикету тощо. Правильне декодування і вживання в мовленні спонукальних конструкцій забезпечує ефективність та успішність комунікації.

Запропоноване дослідження окреслює коло можливих у подальшому розробок методичних матеріалів, спрямованих на полегшення декодування спонукальних інтенцій на основі не лише публіцистичного, а й інших дискурсів.

Бібліографічні посилання

1. **Арутюнова Н. Д.** Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лінгв. енцикл. слов. – М., 1990. – С. 136–137.
2. **Бацевич Ф. С.** Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : ВЦ «Академія», 2004. – 344 с.
3. **Бенвенист Э.** Общая лингвистика / Э. Бенвенист ; пер. с фр. под ред. Ю. С. Степанова. – М. : Прогресс, 1974. – 448 с.
4. **Богданов В. В.** Речевое общение : прагматические и семантические аспекты / В. В. Богданов. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1990. – 88 с.
5. **Воловин А. В.** О некоторых особенностях английского речевого поведения / А. В. Воловин // Этнопсихолінгвістика. – М., 1988. – С. 124–135.
6. **Дейк ван Т. А.** Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
7. **Заза Ю. Я.** Регістрові характеристики ситуації початку комунікативного акту (на матеріалі української, чеської й арабської мов) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 / Заза Юлія Ярославівна. – Л., 2009. – 318 с.
8. **Карасик В. И.** О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. – Волгоград, 2000. – С. 5–20.
9. **Карасик В. И.** Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : Ин-т языкознания РАН, 1992. – 330 с.
10. **Караулов Ю. Н.** От грамматики текста к когнитивной теории дискурса / Ю. Н. Караулов, В. В. Петров // Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М., 1989. – С. 5–11.
11. **Клобуков Е. В.** Теоретические основы изучения морфологических категорий русского языка (Морфологические категории в системе языка и в дискурсе) : автореф. дис. д-ра філол. наук : спец. 10.02.01 : «Рус. яз.» / Е. В. Клобуков. – М., 1995. – 74 с.

12. **Костомаров В. Г.** Прецедентный текст как редуцированный дискурс / В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова // Язык как творчество : сб. ст. к 70-летию В. П. Григорьева. – М., 1996. – С. 297–302.
13. **Леонтьев А. А.** Речевая деятельность. Факторы вариантности речевых высказываний / А. А. Леонтьев // Основы теории речевой деятельности. – М., 1974. – С. 21–35.
14. **Макаров М. Л.** Интерпретативный анализ дискурса в малой группе / М. Л. Макаров. – Тверь : Изд-во Тверск. гос. ун-та, 1998. – 200 с.
15. **Макаров М. Л.** Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : Гнозис, 2003. – 280 с.
16. **Почепцов Г. Г.** Теорія комунікації [Електронний ресурс] / Г. Г. Почепцов. – Режим доступу : <http://lib.socio.msu.ru/library>. – Заголовок з екрана.
17. **Рыцарева А. Э.** Интернациональная лексика : сущность и сферы функционирования / А. Э. Рыцарева // Вопр. филологии и лингводидактики : сб. науч. ст. – Волгоград, 2001. – С. 84–86.
18. **Формановская Н. И.** Речевое взаимодействие : коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. – М., 2007. – 480 с.
19. **Firth J. R.** Papers in linguistics, 1934–1951 / J. R. Firth. – L., N. Y. : Oxford University Press, 1957. – 233 p.
20. **Hirschová M.** Pragmatikav češtině. Teze disertace k získání vědeckého titulu «doktorvěd» veskupině věd Vědy filologické a přidružené [Електронний ресурс] / M. Hirschová. – Режим доступу : http://www.avcr.cz/data/vzdelavani/dsc/udeleni/hirschova_teze.pdf. – Заголовок з екрана.
21. **Parret H.** Context of understanding / H. Parret. – Amsterdam, Benjamins, 1980. – 109 p.

Надійшла до редколегії 10.02.15

УДК 81'246.2

І. М. Шкоріна

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ФЕНОМЕН ЗМІШУВАННЯ МОВ У ПАРАДИГМІ НАЦІОНАЛЬНО-МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

Досліджено питання національно-мовної картини світу, висвітлено історію поглядів на нього. Картину світу розглянуто як світобачення кожної людини й етносу, як результат сприйняття та осмислення навколишнього світу, відображеного в мові. З'ясовано специфіку формування сучасної національно-мовної картини світу у свідомості молоді. Визначено причини виникнення феномену білінгвізму, проаналізовано поняття «рідна мова» в умовах двомовності.

Ключові слова: національна мова, національно-мовна картина світу, рідна мова, змішування мов, двомовність.

Шкоріна І. М. Харьковський національний економічний університет імені Семена Кузнеця. **ФЕНОМЕН СМЕШИВАННЯ ЯЗЫКОВ В ПАРАДИГМЕ НАЦИОНАЛЬНО-ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА**

Исследованы вопросы, касающиеся национально-языковой картины мира, освещена история взглядов. Картина мира рассмотрена как мирозерцание каждого человека и этноса, как результат восприятия и осмысления окружающего мира, зафиксированного в языке. Проанализирована специфика формирования современной национально-языковой картины мира в сознании молодежи. Выяснены причины возникновения явления билингвизма, исследовано понятие «родной язык» в условиях двуязычия.

Ключевые слова: национальный язык, национально-языковая картина мира, родной язык, смешение языков, двуязычие.