

Вкусообозначения позволяют взглянуть на погоду/погодное явление с неожиданной, необычной стороны, ср.: *grapefruit-sized hail gave a sour taste of weather to area residents (July 30), very cool air will provide a taste of autumn (September 8)*.

Авторская сенсорика приобретает особую текстовую значимость и выступает как один из показателей авторского присутствия в ГСП. Сенсорная лексика, представленная авторскими метафорами, выполняет разнообразные стилистические и прагматические функции – описательно-характерологическую, сообщение текстовым элементам определенной аранжировки благодаря их неравнозначности по степени выделенности в тексте, передачу максимально объективного изображения погоды/погодного явления за счет корреляции фактуальной и субъективно-модальной информации.

#### Література:

1. Беттен Л. Погода в нашей жизни: Пер. с англ. / Л. Беттен. – М. : Мир, 1985. – 226 с.
2. Зарецкая Е. Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая – М. : Дело, 1998. – 480 с.
3. Селиванова Е. А. Когнитивная ономастология (монография) / Е. А. Селиванова – К. : Фитосоцицентр, 2000. – 248 с.
4. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 228 с.
5. Чумак О. Г. Метафора і лексична система української мови (стилістичний аспект) / О. Г. Чумак // Науковий вісник кафедри Юнеско Київськ. держ. ун-ту. Сер. Філологія, педагогіка і психологія. – 2000. – Вип. 3А. – С. 71–78.
6. Humphries W. J. Ways of the Weather / W. J. Humphries. – Lancaster, Pa. : Jacques Catell, 1999. – 452 p.
7. Kozlovska G. Manifestation of sensory perceptions in newspaper informational text s/ G. Kozlovska // Canadian Journal of Science, Education and Culture. – No. 1 (5) (January-June). – Toronto : University of Toronto, «Toronto Press», 2014. – Volume II. – P. 479–483.

#### Список источников иллюстративного материала:

«The Washington Times» 1998

УДК 811.111'42+811.161.2'42

**А. І. Колісніченко,**

Уманський державний педагогічний університет, м. Умань

### ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ МОВНОЇ ГРИ В АНГЛІЙСЬКОМУ ТА УКРАЇНСЬКОМУ ГУМОРИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ РОЗМОВНОГО ТА ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛІВ

*У пропонованій статті розглядається поняття гумористичного дискурсу та вплив багатозначності (полісемії) на створення мовної гри в публіцистичному та розмовному стилях, а також досліджуються класифікація та порівняльний аналіз засобів створення мовної гри у публіцистичному та розмовному гумористичному дискурсі. Залежно від лінгвістичних особливостей англійської та української мов визначається перелік засобів, які є більш притаманні певній мові, крім того, пояснюються причини домінування цих засобів у гумористичному дискурсі.*

**Ключові слова:** мовна гра, багатозначність, полісемія, засоби створення мовної гри, гумористичний дискурс, публіцистичний дискурс, розмовний дискурс.

#### СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В АНГЛИЙСКОМ И УКРАИНСКОМ ЮМОРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ РАЗГОВОРНОГО И ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЕЙ

*В данной статье рассматривается понятие юмористического дискурса и влияние полисемии на создание языковой игры в публицистическом и разговорном стилях, а также исследуются классификация и сравнительный анализ средств создания языковой игры в публицистическом и разговорном юмористическом дискурсе. В зависимости от лингвистических особенностей английского и украинского языков определяется перечень средств, которые более характерны для определенного языка, кроме того, объясняются причины доминирования этих средств в юмористическом дискурсе.*

**Ключевые слова:** языковая игра, полисемия, средства создания языковой игры, юмористический дискурс, публицистический дискурс, разговорный дискурс.

#### THE CONCEPT OF HUMOROUS DISCOURSE AND THE IMPACT OF POLYSEMY ON CREATING OF SPEECH GAME IN PUBLICISTIC AND CONVERSATIONAL STYLES

*This article examines the concept of humorous discourse and the impact of polysemy on creating of speech game in publicistic and conversational styles. The aim of the article is to identify, classify and compare methods of speech game formation by using linguistic polysemy and homonymy in order to identify their distinctive features in a humorous discourse. Humorous discourse is a complex communicative phenomenon or event where certain idea becomes a joke and the goal of interaction is to create a comic communicative situation. The colloquial and publicistic humorous discourses were chosen for investigation in this article because they are the most common in everyday communication. Analysis of linguistic material made it possible to identify the following devises of creating speech game using homonymy and polysemy phenomena as graphic; phonetic; morphological; lexical; syntactical. Our monitoring shows that the biggest amount of speech game devises in the humorous discourse is in lexicology. Amount of the lexical devises usage in creating speech game is mostly the same in both languages, but in English there is activation of lexical devices because of polysemy in publicistic humorous discourse. Colloquial humorous discourse also has a slight advantage in the Ukrainian language, and this figure is the same as in the Ukrainian publicistic humorous discourse. Quantity of ways for creating polysemy in Ukrainian and English is quite large in humorous context, but each of these languages has its own priority at using certain speech devises. So the percentage of morphological and syntactical devices is higher in the Ukrainian language. In the English language phonetic devises are more common. Further research of polysemy opens up broad prospects for specialists in linguistics, sociology, pedagogy, theory and practice of translation etc. The prospect of this theme is to investigate the main peculiarities of speech game translation based on polysemy.*

**Key words:** speech game, polysemy, devises of creating speech game, humorous discourse, journalistic discourse, conversational discourse.

Гумор є частиною людської культури. Це особливе сприйняття людьми навколишньої дійсності, спосіб проектувати реалії та виражати ставлення до них крізь призму сміхового світобачення. Традиція теоретичного аналізу сміху бере початок із античності, зокрема, від часів Аристотеля, якому належить цілісна концепція комічного, з якої почалося формування комічного як естетичної, філософської категорії. У контексті освіченого філософського спору Аристотель розглядав жарти, як форму утвореної зарозумілості, однак допускав, що використання гумору може бути корисним в певних кіль-

косях. За Аристотелем «Смішне – це деяка помилка чи неподобство, які не несуть страждання чи шкоду як, наприклад, комічна маска» [3, с. 1070].

Теоретики гумористичного працюють над проблемою його визначення вже більше двох тисячоліть, але жодному з дослідників не вдалося знайти повної і вичерпної дефініції. Проте варто відзначити, що кожна з теорій гумористичного, хоч і не може бути прийнята повністю, описує кожну його окрему сторону, і в цілому всі вони створюють досить чітке розуміння сутності гумору. Філософсько-естетичні теорії Платона і Аристотеля, розглядають гумор як категорію, що відображає предмети і явища дійсності, що характеризуються внутрішньою суперечливістю або подвійністю, тобто невідповідністю між тим, чим вони є по суті, і тим, за що себе видають. Ці теорії розроблялися такими дослідниками, як І. Кант, Г. Гегель, А. Шопенгауер, В. Я. Пропп, В. Г. Белінський та ін.

Будь-який дискурс може сприйматись комічно, якщо він містить явище багатозначності (полісемії) у тексті, яке традиційно асоціюється з мовною грою. Найбільш важливим аспектом мовної гри, що вживається для створення комічного відтінку дискурсу є полісемія. Ви можете одночасно посміятися над жартом або прийняти його всерйоз. З точки зору лінгвістичного аспекту комічне пов'язується, насамперед, з мовною грою.

Мовна гра останнім часом широко вивчається у контекстах різних стилів спілкування. Детальніше розглядали лінгвістичний аспект утворення мовної гри В. Карасик, В. Раскін, В. Санніков, І. Голуб, М. Кулініч, та ін., що свідчить про зростання інтересу до вивчення цього явища у різних сферах спілкування. Однак аналіз наукових досліджень, які у тому чи іншому аспекті розглядають утворення мовної гри у різних типах дискурсу, демонструє, що саме особливості утворення мовної гри є недостатньо вивченими.

Отже, метою статті є визначення, класифікація та порівняльний аналіз засобів створення мовної гри за допомогою мовної багатозначності в гумористичному дискурсі на прикладі публіцистичного та розмовного стилів в англійській та українській мовах. Під гумористичним дискурсом у статті розуміється складне комунікативне явище чи подія, в якій передана ідея набуває форми жарту, а метою взаємодії є створення ситуації сміхового спілкування.

У побутовому дискурсі комічне висловлювання формується поступово, порціями, по мірі того як комуніканти усвідомлює, що вже сказано, що треба сказати далі, на чому треба зробити акцент, уточнити або повторити. При цьому відбувається процес створення мовної гри і робиться сильний акцент на невербальні засоби спілкування, які використовуються для підсилення ефекту від сказаного. Гумор також відіграє важливу роль у дискурсі ЗМІ. На гри слів досить часто будуються тексти друкованих ЗМІ, а саме газетні заголовки. Тема не тільки відображає зміст тексту, а й основні прагматичні відносини автора до цього змісту.

Для створення мовної гри існують певні типи мовних засобів, серед яких: графічні, фонологічні, морфологічні, лексичні та синтаксичні, які, при цьому, взаємопов'язані, адже важко уявити жарт, що буде суто графічний чи суто синтаксичний, головне забарвлення гумору мусить бути відображеним кількома засобами серед яких є домінуючий.

Аналізуючи **графічний** аспект створення мовної гри, перш за все необхідно зазначити тісний зв'язок усного висловлювання та графічного зображення, пріоритетним із яких буде саме останній. Сприйняття літературних творів, публіцистичних та рекламних текстів відбувається здебільшого через читання, а не за допомогою слуху, а тому їхнє графічне оформлення є надзвичайно важливим.

Гра з антропонімами (власними назвами) є важливим лінгвальним процесом і відбувається з прізвищами політиків, або відомих людей у будь-яких сферах діяльності. Не менш активним способом є гра з топонімами (географічними назвами) та аббревіатурами. Досить часто виникають труднощі зі створенням нових аббревіатур, що може сприйматись неоднозначно і комічно.

Ще один аспект створення мовної гри – надання вторинного значення аббревіатурам, яке є комічним або, навіть, саркастичним чи іронічним. Наприклад: **BIBLE** – Basic Instructions Before Leaving Ear [7]; українською серед варіантів маємо: БМВ – будеш мати витрати, [9].

Ще один популярний прийом графічного гумору можна назвати прийом графічної контамінації – виникнення нового слова, його форми або виразу внаслідок зближення, поєднання частин двох подібних слів, форм, виразів [4].

Досліджуючи фонетичний аспект створення мовної гри в англійській мові, особливу увагу необхідно звернути на омофони, які є часто вживаними в каламбурах: *Come forth, Lazarus! And he came fifth and lost the job* [129, 320].

Комічний ефект нерідко буває побудований на помилковій вимові фраз, які можуть сприйматися двозначно: *Striker: Surely you can't be serious. Dr. Rumack: I am serious. And don't call me Shirley* [5, 69]. Контекст у таких жартах не мусить містити амфіболію – вираз, що його можна тлумачити двозначно [4], проте у більшості випадків у цьому немає необхідності, адже читач або слухач самостійно «розшифровує» закладений у нього підтекст.

Фонетичний гумор ширше застосовується в англійській мові, адже менш варіативна звукова система англійської мови призводить до повторного вживання одиниць мови з певними відтінковими навантаженнями, які часто набувають саме комічного змісту. Фонетичні засоби створення мовної гри є більш уживаними в англійській мові через ряд подібних звуків, які суттєво впливають на значення слова, тоді як в українській мові такі явища не були помічені. Ряд прикладів можна зустріти в анекдотах, які висміюють неправильну вимову іноземців: «*Здрастуйте!*» – «*Не застуйте!*».

**Морфологічні** засоби створення ефекту гумору в англійській мові є подібними до засобів, що представлені в українській мові, адже подібне явище смислової подвійності на межі слів бачимо і в англійській мові.

Морфологічний гумор пов'язаний зі смішним осмисленням морфем, які на стиках слів можуть інтерпретуватися по-різному: *There was a man who entered a local paper's pun contest. He sent in ten different puns, in the hope that at least one of the puns would win. Unfortunately, no pun in ten did* [5, 312]. Граматика, а зокрема морфологія, має значно більше можливостей для створення гри слів.

На морфологічному рівні виділяються нерегулярні морфеми: вживання зв'язаних морфем: *My daughter saw a herd of llamas. I said, 'We could stop and dally there.' She said, 'Alpaca suitcase*; вилучення неіснуючих морфем: *Wensleydale lies between Tuesleydale and Thursleydale* [5, 212]. В останньому прикладі мовна гра будується на співзвучності кореневої морфеми назви району Уенслідейл, розміщеного у графстві Йоркшир, та кореневої морфи назви дня тижня англійською мовою *Wednesday* (середа).

Таким чином використання морфологічних засобів для створення мовної гри поширені в обох мовах, проте українська морфологія має більшу кількість засобів, які створюють певний гумористичний підтекст, обґрунтувати дані можна тим, що граматично в сфері морфології українська мова має більше можливостей для створення полісемічних явищ в розмовному та публіцистичному стилях мови.

**Лексичні** засоби створення мовної гри найчастіше є основою каламбурів, які з'являються внаслідок обігрування багатозначних слів (полісемії). В українській мові лексичний гумор є популярний та поширений за рахунок значної кількості лексичних значень слів, які сприймаються неоднозначно, змінюючи контекст на гумористичний.

Серед найбільш поширених випадків можна виділити гру прямих та переносних, номінативних та експресивно-синонімічних словесних значень, лексику окремої сфери вживання (діалектизми, терміни, жаргонізми), а також неологізми і застарілі значення слів. Немає необхідності розглядати контекстуальні значення слів, оскільки для створення каламбуру основна кількість слів використовується в предметно-логічному значенні: *У мене дуже терплячий характер... Титу накопичувальної системи знижок! Головне потім не потрапити під мою роздачу бонусів!* [8].

Досить широко представлені у мові використання похідних значень нормативних слів. Термінологічні значення обігруються досить часто, адже багато термінів виникає на основі інтернаціоналізмів, звідси бере початок змішування термінологічного значення з нетермінологічним і, як наслідок, каламбурна мовна гра: *Захворіла! Диагноз: «Гостра недостатність казкових подій в моєму житті»* [8].

Ще одне явище, яке сприяє створенню мовної гри – це паронимазія. Паронимазія – стилістична фігура, побудована на комічному чи образному зближенні паронімів і взагалі співзвучних слів й словосполучень: Ти йому про Тараса, а він тобі півторака [1, 46–47]; чи використання омонімів і паронімів як художніх і стилістичних засобів [2, с. 191]. Проте для мовної гри буває достатньо випадкового звукового збігу: *«That's the reason they're called lessons,» the Gryphon remarked: «because they lessen from day to day»* [5, с. 277].

Українські пароніми дуже часто використовуються для створення іронічного змісту в жартах: *Нечесну приватизацію в народі називають приватизацією, донощиків, що на вухо доносять, іменують Навуходоносорами (за ім'ям вавилонського царя Навуходоносора)* [9].

Продовжуючи розгляд особливостей створення лексичного гумору в англійській мові, варто зазначити прийом використання у висловлюванні двох предметно-логічних значень: *God must hate the common people, because he made them so common* [5, с. 221].

Розглядаючи функціонування лексичних засобів створення мовної гри у розмовному стилі спілкування, необхідно звернути увагу на сленгові вирази, як в українській так і в англійській мовах, адже багатозначність є активним явищем у формуванні сленгового гумору, жартів та каламбурів в обох досліджуваних мовах. Основна особливість вживання багатозначності у створенні сленгового гумору полягає в порушенні принципу ввічливості спілкування.

Здебільшого автори, бажаючи наситити мову нестандартними висловлюваннями за допомогою неоднозначності, уникають жаргонів у мовленні та вводять слова у гру, таким чином нейтралізуючи можливу негативну реакцію: *Hillary Clinton said she hopes America is ready for a woman in the Oval Office. That was great thing about her husband: he was always ready for a woman in the Oval Office* [5, с. 80].

Менш ввічливими висловлювання зі сленгом можна знайти і в українській мові. Вони також функціонують за вказаними принципами, та мають не просто жартівливий зміст, а навіть іронічний, з відтінком висловлення критики чи, навіть, погроз: *Вчимося «розмовляти» (грубіянити) культурно: 1. Рот будеш відкривати у стоматолога. 2. Ще один гудок з твоєї платформи і твій зубний потяг поїде. 3. Засохни гербарій!* [8].

Лексичні засоби утворюють найбільш численну групу серед усіх визначених у дослідженні. Причому кількість явищ, які застосовуються у гумористичному дискурсі розмовного та публіцистичного стилів мови, досить широко представлені як в українській так і в англійській мовах.

**Синтаксичні** засоби створення мовної гри – це жарти, які передаються порядком слів, інтонацією, знаками пунктуації. Синтаксичний рівень мови має свій власний склад одиниць – словосполучення та речення. Особливе місце в гуморі має синтаксична омонімія – співзвучність синтаксичних конструкцій, які налаштовують слухача на один зміст (який є, як правило, невірний), а після розширення контексту зміст виявляється зовсім іншим.

Синтаксичні омофони тісно пов'язані з лексичними та графічними засобами створення мовної гри, створюючи можливість обіграти ситуацію, чи створити додатковий стилістичний, поняттєвий ефект жартівливого характеру.

Для утворення синтаксичної омонімії використовуються сполучники та прийменники. Наступною ознакою синтаксичної омонімії є використання пунктуації, яка може застосовуватись для маркування різних граматично-семантичних зв'язків між членами речення: *Їсти досить, худнути. / Їсти, досить худнути* [8].

Пунктуація української мови є більш вживаною ніж англійської. Система правил синтаксису значно простіша у парадигмі правил англійської мови, проте думка, що використання пунктуації для створення мовної гри притаманна лише українській мові буде, м'яко кажучи, невірною. Пунктуаційні знаки використовуються для позначення граматично-семантичних зв'язків і в англійській мові: *Woman, without her man, is nothing. Woman: without her, man is nothing* [6, 201].

Оскільки український синтаксис є досить потужною граматичною категорією, з значною кількістю варіативності у вживанні синтаксичних засобів, то саме він ширше представлений в сфері мовної гри в гумористичному дискурсі розмовного та публіцистичного стилів мови, порівняно із англійською мовою. Таким чином, українські та англійські синтаксичні засоби у рівному співвідношенні відображені в таких явищах, як зевга та пунктуація, проте інші синтаксичні категорії, притаманні лише українській мові.

Дослідження співвідношення графічних засобів створення мовної гри у розмовному та публіцистичному гумористичному дискурсах української та англійської мов дало змогу встановити, що найпоширенішими графічними засобами є: абрєвіатури, розшифрування імен, оформлення тексту, омографи, контамінація. Зазначені графічні засоби присутні в обох мовах, проте в англійській мові активність їхнього вживання вища. Загалом відсоткове значення графічних засобів є вищим в англійській мові – 12% проти 10% в українській мові у розмовному гумористичному дискурсі та 20% проти 10% – у публіцистичному типі гумористичного дискурсу.

Англійський та український гумористичний дискурс також має звороти, що містять мовну гру, яка будується на основі співзвучності слів. Цього можна досягати шляхом використання різних типів фонетичних засобів: омофонів та некоректної вимови слів чи фраз, які часто мають випадковий збіг слів мови із запозиченими словами). Відсоткова частка таких жартів має перевагу в англійській мові – 16% – у розмовному гумористичному дискурсі та 6% – у публіцистичному, що є наслідком певної невідповідності у правописі та вимові англійських слів. Натомість дані в українській мові – 10% – у розмовному гумористичному дискурсі та відсутність прикладів у дискурсі ЗМІ.

Морфологічні засоби використовуються дещо рідше для створення гумористичного ефекту. Це пов'язано з тим, що більшість морфологічних засобів є також фонетичними, тобто належать до омоформії. Мовний матеріал досліджувався за наступними видами морфологічних засобів: смислова подвійність, словоформи, омоформія, семантика морфологічних категорій та форм. В англійській мові ці засоби створюються за допомогою конверсії. В українській мові пріоритетними видами є смислова подвійність і подібність у семантиці морфологічних категорій та форм. За рахунок значної кількості елементів гумористичного дискурсу в зазначених видах морфологічних засобів в українській мові відсоткове значення їх-

нього вживання все ж вище – по 20% в обох типах дискурсів, тоді як у розмовному гумористичному дискурсі англійської мови показник сягає 14%, а у публіцистичному – лише 8%.

Тим не менш, найбільша частка засобів утворення мовної гри в гумористичному дискурсі є лексична багатозначність. Серед них: змішування лайливих і нормативних значень слів, змішування термінології з нормативним значенням слова, змішування предметно-логічних значень, повна омонімія, омонімія власних і загальних назв, паронімія, сленг, вживання лексичних одиниць іншої мови.

Як свідчать результати аналізу, кількість використання лексичного гумору приблизно однакова в обох мовах, проте в англійській мові спостерігається активізація лексичних засобів завдяки полісемії, а саме прийомам: змішування предметно-логічних значень й омонімії власних, загальних назв та використанню сленгу в ЗМІ, причому саме у публіцистичному гумористичному дискурсі – 50%. Розмовний гумористичний дискурс також має незначну перевагу – 44% проти 42% – в українській мові, причому цей показник є однаковим як в українському публіцистичному, так і в гумористичному дискурсах.

Протилежною є ситуація, пов'язана із синтаксичними засобами. Аналіз співвідношення даних проводився за такими видами синтаксичних засобів: синтаксичні омофони, зевґма, використання службових частин мови, пунктуація. В українській мові синтаксичний гумор представлений ширше ніж в англійській мові. Наслідком цього є сталий порядок слів в англійському реченні, а також пріоритетність на стислості викладеного в реченні, тоді як українська мова має перевагу у маніпулюванні різними синтаксичними функціями членів речення. Оскільки деякі із визначених видів синтаксичних засобів не були відображені у суцільній вибірці мовного матеріалу в англійській мові, маємо такі результати аналізу співвідношення синтаксичних засобів – 18% та 28% – в українському розмовному та публіцистичному гумористичному дискурсі відповідно проти 14% – у розмовному та 16% – у публіцистичному стилях англійської мови.

Кількість прийомів створення двозначності в українській та англійській мовах є досить великою на всіх рівнях мови, проте кожна із зазначених мов має певну пріоритетність на певних рівнях. У діаграмі (рис. 1.), що наведена нижче можна розглянути співвідношення вибраних засобів для аналізу явища мовної гри в українській та англійській мовах.

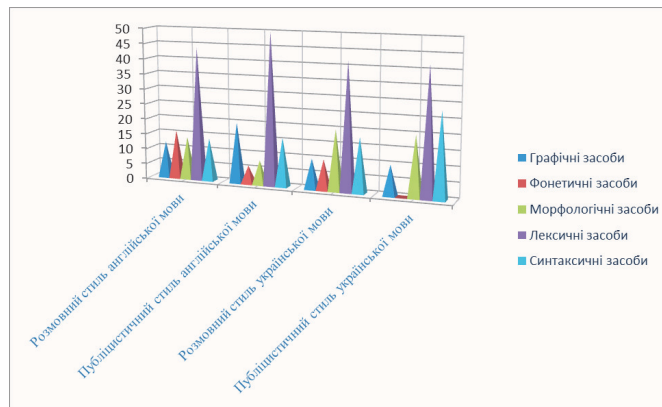


Рис. 1. Діаграма співвідношення мовних засобів публіцистичного та розмовного стилю в англійській та українській мовах

Таким чином, можна стверджувати, що теоретичні засади типології засобів створення мовної гри в англійській та українській мовах є подібними, проте в англійському гуморі явище полісемії виражене значно сильніше, адже в українській мові кількість мовних багатозначних одиниць менша. Перспектива цієї теми полягає у вивченні особливостей перекладу мовної гри, основою якої є багатозначність та омонімія.

#### Література:

1. Пономарів О. Культура слова: Мовностилістичні поради / О. Пономарів. – К. : Либідь, 1999. – 240 с.
2. Ющук І. М. Українська мова : [підручник] / І. П. Ющук. – К. : Либідь, 2008. – 639 с.
3. Аристотель. Етика. Політика. Риторика. Поетика. Категорії / Аристотель. – М. : Література, 1998. – 1392 с.
4. ABVYU Lingvo. Онлайн словник. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.lingvo.ua/uk>
5. Jarski R. Great British wit. / R. Jarski. – London : Ebury Press, 2005. – 444 p.
6. Robertson C. Book of humorous quotations / [ed. by C. Robertson]. – London : Wordsworth Editions, 1993. – 381 p.
7. Білявку «змусили» співати. ТСН. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://tsn.ua/tsikavinki/socmerezhi-pidirvav-noviy-videoklip-z-bilyavoju-prokurorkoyu-nyash-myash-krim-nash-345498.html>
8. Веселі мовні каламбури: D. [Електронний ресурс] – Режим доступу : [https://vk.com/vmk\\_public](https://vk.com/vmk_public)
9. Пароніми. Офіційний сайт української мови. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ukrainkamova.at.ua/publ/leksika/paronimi/5-1-0-57>

УДК 81'373.2

Г. А. Колосова,

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ

### ДЕМОНОНІМІЧНА СИСТЕМА ТВОРУ ЖАХІВ «DAGON»

У статті показані особливості функціонування специфічної ономастичної лексики на позначення демонічних істот у короткій розповіді Говарда Філіпса Лавкрафта «Dagon». У центрі уваги автора знаходиться опис статусу онімів при побудові текстового ономастичного простору в творах жанру жахів. Розглядається питання створення атмосфери жаху в розповідях за допомогою певного лексичного інструменту, а саме власних назв.

**Ключові слова:** жанр жахів, власні назви, оніми, міфони, теоніми, демононіми.