

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра англійської філології, перекладу і філософії мови
імені професора О. М. Мороховського

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

СУГЕСТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВЕРБАЛЬНОЇ ОБРАЗНОСТІ
В СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ТА УКРАЇНСЬКОМОВНИХ
ПОПУЛЯРНИХ ПІСНЯХ

студентки групи МЛа 57-20
факультету германської філології
освітньо-професійної програми
Сучасні філологічні студії
(англійська мова): лінгвістика та
перекладознавство
за спеціальністю 035 Філологія
Кириленко Дарини Петрівни

Науковий керівник
кандидат філологічних наук,
доцент, професор кафедри
Терехова Д.І.

Допущена до захисту
«_____» _____ року

Завідувач кафедри
_____ проф. Маріна О.С.
(підпис) (ПІБ)

Національна шкала _____
Кількість балів: _____
Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2021

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY

Professor O. M. Morokhovsky Department of English Philology,

Translation, and Philosophy of Language

Master's Thesis

**SUGGESTIVE POTENTIAL OF VERBAL IMAGERY
IN PRESENT-DAY ENGLISH AND UKRAINIAN HIT SONGS**

DARIA KYRYLENKO

Group Mla 57-20

Department of Germanic Philology

Research Adviser

Assoc. Prof. **D. I. Terekhova**

PhD (Linguistics)

Kyiv – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ СУЧАСНОЇ ПОПУЛЯРНОЇ ПІСНІ ЯК СИНТЕТИЧНОГО МИСТЕЦЬКОГО ЖАНРУ	9
1.1. Жанрові домінанти сучасної популярної пісні	9
1.2. Закономірності мистецької взаємодії в межах феномену інтермедіальності.....	14
1.3 Сугестія як одна із форм вербального впливу в пісенному жанрі.....	30
Висновки до розділу 1.....	35
РОЗДІЛ 2. СУГЕСТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВЕРБАЛЬНОЇ ОБРАЗНОСТІ ПІСЕНЬ У ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНОМУ АСПЕКТІ	38
2.1. Виявлення сугестивного потенціалу вербальної образності в англомовних піснях.....	38
2.2. Виявлення сугестивного потенціалу вербальної образності в українськомовних піснях.....	48
2.3. Експериментальне дослідження сугестивного потенціалу вербальної образності сучасних англомовних та українськомовних пісень.....	63
Висновки до розділу 2.....	76
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ	88
СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ	88
RÉSUMÉ	91
ДОДАТКИ	93
Додаток А	93
Анкета дослідження	93
Додаток Б.....	95
Узагальнені результати експериментального дослідження	95

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Тема взаємодії мультимодальних кодів викликає багато питань та суперечок серед дослідників, проте є безліч пропозицій для вирішення будь-якого питання, яке може виникнути. Важливим є застосування безпосередньо комплексного підходу для вивчення взаємодії кодів один з одним.

Сучасний етап розвитку лінгвопоетологічних студій характеризується широкою варіативністю напрямків, серед яких можна виокремити інтермедіальні, мультимодальні та лінгвопсихологічні студії, спрямовані на встановлення нових способів текстотворення і смислотворення. Останні пов'язані насамперед із принципом гри, взаємодією та взаємопроникненням художніх засобів різних видів мистецтв, а також із виникненням нового типу образного мислення, що ґрунтується на парадоксальності і залученні широкого спектру сенсорних кодів для створення цілісного образу, спрямованого на художнє віддзеркалення емоційного досвіду, який здебільшого асоціюється з довербальним інтуїтивним осягненням себе та світу.

У цьому контексті цікавим видається вихід за межі художнього тексту та поетичного твору і звернення до популярної пісні з метою встановлення особливостей сучасного образогенезу. Природа цього жанру, який сьогодні являє собою поєднання поетичної (словесної) творчості з музичним та екранним мистецтвом, дозволяє розкрити нові ракурси інтермедіальності.

Така єдність вербального, аудіального та візуального модусів сприйняття має важливе значення для вивчення образу як багатокomпонентної мультимодальної цілісності та водночас відкриває нові можливості для розкриття особливостей трансформації вербального образу під впливом слухових і зорових образів. Так, варто зазначити, що відеоряд, який сьогодні традиційно супроводжує популярні пісні, спричиняє значні смислові трансформації в інтерпретації вербальних образів, наприклад,

шляхом зміщення акцентів від індивідуального та конкретного, такого, що існує в певних часопросторових координатах, до універсального й атемпорального. Крім того, сучасні популярні пісні мають значний потенціал для дослідження особливостей впливу таких багатокomпонентних комплексних образів на емоційну сферу людини, надаючи можливість повному розглянути сугестивність як особливу здатність мистецтва викликати потужні емоційні реакції та ставати тригером породження специфічних трансних станів – змінених станів свідомості (Кузнецова, Ходус, 2017, с. 53-56).

Досягнення такого ефекту забезпечується, з одного боку, специфікою вербальної образності, яка базується на удаваній хаотичності абсолютно унікальних парадоксальних образів, які порушують усталені моделі сприйняття, змушуючи відключити логічне мислення та звернутися до принципово іншої системи смислів і значень, пов'язаної з тілесним кодом емоцій і почуттів, який складно піддається вербалізації. Цей ефект підсилюється і музичним супроводом, який найчастіше базується на складній ритміці, енергійності, повторі коротких вокальних фраз із різними інтонаціями та наголосами. Відеоряд, що сьогодні супроводжує будь-яку популярну пісню, так само спрямований на дезорієнтування аудиторії. На екрані створюється паралельний світ, насичений ірреальними химерними образами, які швидко змінюють один одного, та пов'язані з вербальним змістом пісні не причинно-наслідковими зв'язками, а радше віддаленими асоціаціями, що змушує слухача змінити образи та швидко переключати свою увагу, підсилюючи таким чином сугестивний вплив пісні.

Однією з найпопулярніших тем для дослідження в сучасній психолінгвістиці є актуалізація переживань людини, традиційних та культурних особливостей, які мають тісний зв'язок з мовною свідомістю під час міжкультурної комунікації. Акцент робиться на дії мовної свідомості у міжкультурній комунікації, основою є розуміння національно-культурних особливостей загального образу світу.

Об'єктом дослідження є сугестивний потенціал сучасних англомовних і українськомовних популярних пісень.

Предметом дослідження є сугестивний потенціал вербальної образності сучасних англомовних і українськомовних популярних пісень.

Теоретична значущість дослідження. Запропоноване дослідження виконано з урахуванням інтегрованих здобутків лінгвокультурології, етнолінгвістики, психолінгвістики, філософії, соціології та ін. Це допомогло сформуванню нового погляду на роль національної мови у процесі детермінації ментальної ідентичності та сприяло окресленню цілісної картини ментальної ідентичності англійсько- та українськомовної етноспільнот, що є актуальним під час інтенсифікації міжкультурних зв'язків у контексті сучасної міжнародної комунікації та обміну досвідом. Лінгвокультурологічне дослідження відповідає загальним тенденціям сучасного культурологічного та лінгвістичного знання, орієнтованого на антропоцентричний підхід до проблеми вивчення діалектичного взаємовпливу між мовою, мисленням і ментальною самоідентифікацією особистості в межах певних етнолінгвоспільнот.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання його матеріалів у подальших розвідках, присвячених заявленій проблемі, зокрема, при вивченні лінгвокультурології, етнолінгвістики, психолінгвістики.

Мета наукового дослідження – визначення сугестивного потенціалу вербальної образності сучасних англомовних та українськомовних пісень (на матеріалі популярних композицій сучасних виконавців).

Поставлена мета передбачає необхідність вирішення таких **завдань дослідження**:

1) обґрунтувати теоретико-методологічні засади вивчення сугестивного потенціалу вербальної образності сучасних англомовних і українськомовних популярних пісень як синтетичного мистецького жанру;

- 2) охарактеризувати закономірності мистецької взаємодії в межах феномену інтермедіальності;
- 3) розглянути сугестію як одну з форм вербального впливу в пісенному жанрі;
- 4) виявити особливості сугестивного потенціалу вербальної образності в англomовних та українськомовних піснях;
- 5) визначити специфіку сугестивного потенціалу вербальної образності сучасної англomовної пісні в експериментальному дослідженні з українськими та американськими респондентами.

Методи дослідження: лінгвостилістичний аналіз використовувався на етапі виділення закономірностей світосприйняття авторів сучасних англomовних та українськомовних пісень, виокремлення провідних образів-символів та визначення їх навантаження в структурі пісенного тексту; інтермедійний аналіз використовувався на етапі виявлення особливостей сугестивного потенціалу вербальної образності в англomовних та українськомовних піснях; зіставний метод використовувався для виявлення спільного та відмінного в сприйнятті англomовних та українськомовних пісень реципієнтами; контент-аналіз було використано в ході роботи з текстами англomовних та українськомовних пісень, аби виявити основну функційність різних їх структурних елементів тощо.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вона є одним із перших у вітчизняному мовознавстві досліджень сугестивного потенціалу сучасних англomовних та українськомовних пісень.

Матеріалом дослідження послужили текстові матеріали – тексти популярних пісень сучасних виконавців – як українськомовних (The Hardkiss, Vivienne Morte, Kalush, alyona alyona, Океан Ельзи), так і англomовних (Imagine Dragons, Lady Gaga, Lana Del Rey, Madonna), а також результати анкетування двох груп. Дослідження відбувалося в дистанційному режимі в липні-серпні 2021 року за допомогою онлайн-месенджера Telegram, оскільки в ньому наявна можливість прикріплювати звукові файли, що було необхідно

для проведення повноцінного дослідження. Ми залучили до роботи дві групи студентів віком від 20 до 25 років. Зі Сполучених Штатів Америки та України участь у дослідженні взяли 22 студенти, із яких 11 представляли США, а інші 11 – Україну.

Апробація. Виступ на міжнародній науково-практичній конференції «AD ORBEM PER LINGUAS. ДО СВІТУ ЧЕРЕЗ МОВИ» (13-14 травня 2021 року).

Структура дослідження. Робота складається безпосередньо зі вступу, двох розділів із підрозділами та висновками до кожного з них, загальних висновків та списку використаних джерел, списку довідкових джерел, списку ілюстративних джерел та додатків.

У вступі представлено об'єкт та предмет дослідження, виділено актуальність досліджуваної проблеми, окреслено новизну отриманих результатів, поставлено мету й визначено завдання дослідження, названі методи наукового дослідження, використані в роботі, подано коротку інформацію про структуру роботи.

У першому розділі окреслено загальнотеоретичні аспекти вивчення сучасної популярної пісні як синтетичного мистецького жанру.

Другий розділ містить результати дослідження сугестивного потенціалу вербальної образності українськомовних та англомовних пісень у лінгвістичному аспекті та за результатами проведеного експерименту.

Робота завершується загальними висновками, що підсумовують основні результати проведеного дослідження та окреслюють перспективи подальших досліджень у цій галузі.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ СУЧАСНОЇ ПОПУЛЯРНОЇ ПІСНІ ЯК СИНТЕТИЧНОГО МИСТЕЦЬКОГО ЖАНРУ

1.1. Жанрові домінанти сучасної популярної пісні

В етимології поняття «пісенна лірика» відбито його музичність, адже термін «лірика» походить із грецької мови (λύρα) та означає назву музичного інструмента, під акомпанемент якого виконували віршовані твори. У пісні поезія повертається до свого першопочатку та в поєднанні з різними музичними жанрами закладає підвалини для розвитку нових синтетичних форм (В. Гавриков, К. Ручйовська).

Цілісність співаної поезії формують «чотири твірні компоненти, від комплексної взаємодії яких залежать естетична значущість і ротації творів у суспільстві: поет-пісняр (віршований текст), композитор-пісняр (мелодія), артист (виконання), реципієнт (сприймання)» (Малахова, 2015, с. 5). Віршований текст становить змістове ядро пісні. «Ідейно-тематичне наповнення, система образів, композиційна побудова віршів проєктують рейтинговість творів, їх темпоральну актуальність і загальнолюдську вартісність» (Малахова, 2015, с. 5).

Поезія визначає мотив, стиль майбутньої композиції, планує ескіз ліричного героя, зумовлює вибір митцем художньо-віршових засобів для вираження авторської ідеї. Тексти апелюють не лише до почуттів (у чому проявляється їх тотожність із музикою), а й до інтелекту. Така властивість слова надає йому переваги «в сюжетно-образному насиченні свідомості особистості, наголошуванні на конкретних закодованих автором деталях» (Кузнецова & Ходус, 2017, с. 53-56).

Пісенна лірика – це «суб'єктивно-почуттєва, естетично виважена модель реальності, яка, за умов публічності, може зміщувати вектор впливу

індивідуального досвіду авторів-післярів на естетичну свідомість реципієнтів від особистісного до загальнолюдських масштабів» (Малахова, 2015, с. 5). З іншого боку, залежність співаної поезії від потреб і запитів слухачів корелюється з наданим О. Веселовським пісні статусом «колективного самовизначення особистості» (цит. за: Малахова, 2015, с. 5). Тобто те, що не цікавить слухача, не стає пріоритетним і для поетів, чи, навпаки, «певні естетичні цінності митця можуть насаджуватися реципієнтові у процесі прослуховування останнім композицій» (Малахова, 2015, с. 5).

Рецепція віршів пісенної лірики тісно пов'язана з естетичним ставленням людини до дійсності, що є наслідком духовних і матеріальних потреб суб'єкта та домінує при виборі ним способу життя, стилю поведінки тощо. Як «унікальна форма естетичного пізнання світу, обумовлена практичною діяльністю й цілеспрямованим естетичним пошуком особистості, ця філософська категорія впливає на появу співаної поезії, визначає її зміст, форму, генетичні пріоритети» (Малахова, 2015, с. 5).

«Вірші до сучасних пісень поділяються на властиві для різних жанрів співаної поезії групи: оригінальні твори; академічні тексти поетів-класиків; переспіви фольклорних творів, кавери; переклади співаної поезії іноземними мовами» (Малахова, 2015, с. 5).

Оригінальні твори посідають чільне місце в сучасному пісенному дискурсі. Їх пишуть для конкретного виконавця, орієнтуючись на певний естетичний конгломерат. На підставі аналізу віршів і музичної фактури цих пісень окреслюється мистецький портрет доби й естетичної рецепції (Малахова, 2015, с. 5).

Академічні вірші, переспіви фольклорних творів, кавери – це тексти на вічні теми, позначені високим рівнем естетичної довершеності, а відтак актуальні для слухачів поза часопросторовими межами. Щодо пісень іноземними мовами та їх перекладів, то пріоритетним для слухачів у такому разі є музичний складник вокальної композиції. Водночас порівняльний аналіз перекладів одного й того самого тексту ілюструє творчий підхід

авторів до означеного питання, з чого виникають «переспіви, перелицювання поезій, адаптовані до особливостей національних рис, ідеалів перекладача (з чого виникають переспіви, перелицювання поезій, адаптовані до особливостей національних рис, ідеалів перекладача» (Малахова, 2015, с. 5).

Аналіз і узагальнення поглядів вітчизняних і зарубіжних дослідників на проблему естетичного коду призвели до висновків, що це властива для мистецтва чи пов'язана з ним система, компоненти якої переводять естетично забарвлену інформацію з абстрактної форми в конкретну. «Естетичний код становить емоційно наповнене масове підсвідоме, підпорядковане індивідуальним запитам особистості» (Малахова, 2015, с. 5-6).

Естетичний код пісенної лірики є сформованою під впливом суспільних ідеалів, правил поведінки й естетичних норм системою критеріїв (ідейно-тематичних, сюжетно-композиційних, образно-культурологічних, версифікаційних, мовностилістичних), яка унікальні пісенні концепти (образи, архетипи, символи, мотиви) ставить у відповідність до естетичних потреб і запитів реципієнтів як прояву їх естетичного ставлення до дійсності в межах певної історичної доби. Розроблений у науковому дослідженні план розбору текстів пісень зламу ХХ–ХХІ ст. дозволив нам припустити, що взаємодія компонентів естетичного коду пісенної лірики призводить до успішної інтеграції співаної поезії в соціокультурні кола слухачів.

Схему аналізу пісенної лірики складають три блоки. «Інформаційний блок містить повідомлення про появу й місце співаної поезії в контексті соціально-історичного розвитку суспільства (загальні відомості про твір). Просторово-контекстний блок виявляє специфіку пісні як синтетичного полікодового віршового тексту. Він враховує пласти життя реципієнтів, що є складовою соціуму та впливають на естетичну свідомість індивідів» (Малахова, 2015, с. 6).

Змістотвірний блок стосується змістовоформальної організації віршів пісенної лірики (лейтмотив і субмотиви, ідея поезії; система образів,

архетипів; версифікаційний аналіз віршів: ритміка, строфіка, тощо). «Багат шаровість естетичного коду як цілісності стала приводом для поділу його на підставі поліаспектних загальнолюдських і літературознавчих критеріїв на менші значущі частини – маркери» (Малахова, 2015, с. 6).

Спроектowana структура практичного аналізу текстів вокальних творів складає основу теоретичної моделі естетичного коду пісні, у якій розрізняємо просторово-контекстні та змістотвірні маркери (Кузнецова & Ходус, 2017, с. 54).

До просторово-контекстних зараховуємо маркери естетичного коду, які не належать до галузі літературознавства та формуються під впливом обов'язкових для становлення будь-якої особистості зовнішніх історичних, культурних, вроджених (генетичних) чинників. Вони є «багатовіковим вивіреном і апробованим естетичним досвідом того чи того естетичного конгломерату й підлягають декодуванню слухачами без поглибленого раціонального аналізу на підсвідомому рівні (мова, менталітет, національні обряди і звичаї, музичні субкультури тощо)» (Малахова, 2015, с. 6).

Змістотвірні маркери становлять ядро естетичного коду пісенної лірики, оскільки безпосередньо пов'язані з літературознавчими поняттями. Вони формують для реципієнта понятійно-образний базис, наповненість якого підлягає варіюванню згідно з хистом і творчим задумом поета-пісняря.

Ідейно-тематичні маркери (мотив, субмотив, ідея) відповідають за наповнення віршового тексту змістом, тобто вказують на те, про що йдеться у творі та з якою метою автор ужив подану інформацію. Це найперший чинник впливу на слухацьку рецепцію, адже саме від змістового наповнення залежить масштаб охоплення піснею естетичного конгломерату. Для лірики загалом «сюжет не властивий, проте автори окремих жанрів співаної поезії надають перевагу, приміром, ліричним баладам, гуморескам, що містять розвиток подій, чітку сюжетну лінію» (Нагибина, 2003, с. 113).

Естетичній вартості таких творів сприяють сюжетно-композиційні маркери. Сюжет і композиція конкретизують вектор розгортання в тексті мотиву, скеровують увагу слухачів у певне подієве русло.

Образно-культурологічні маркери (образ, образ-символ, архетип, ліричний герой) чинять вплив на реципієнтів через місткі архетипні асоціації, що спираються на зв'язок образів-символів із естетичними, матеріальними цінностями національної культури минулого й сучасності. Версифікаційні маркери (ритм, рима, строфіка, повтор, алітерація, асонанс) естетичного коду пісенної лірики найтісніше пов'язані з музикою співаної поезії, оскільки «активізують слухове сприйняття інформації, регулюють характер пісні» (Полежаєва, 2010 а, с. 31).

Музична мелодія відтворює метричну організацію віршового тексту. Найпростіші правила створення пісенної лірики передбачають «збіг наголошених складів у словах із музичними акцентами, тривалість віршового складу прирівнюється до музичної тривалості» (Кузнецова & Ходус, 2017, с. 55).

Мовностилістичні маркери (епітет, метафора, порівняння, тавтологія, анафора, епіфора тощо) відповідають за лексичне наповнення пісень, за тотожність між словесною компонентою віршів, жанровими та часопросторовими канонами. Просторово-контекстні маркери естетичного коду пісенної лірики надають співаній поезії національного колориту, тому для представників інших традицій такі пісні будуть «не більше ніж експонатом для ознайомлення з чужою культурою» (Нагибіна, 2003, с. 71).

Еволюція співаної поезії від давнини до сьогодення засвідчує, що «через масив створюваних поетами найбільш відомих і популярних віршів для пісень наскрізно проходить пласт онтологічних і духовних мотивів універсального характеру, актуальних для будь-якої культурно-історичної доби» (Малахова, 2015, с. 9). Такий орієнтир на одвічні моральні цінності властивий для високохудожніх поезій, що розширюють екзистенційний

світогляд реципієнтів, наділяють літературу новими мистецькими можливостями.

На думку О. О. Малахової, ці твори мають «запас і потенціал метакомунікативності» (Малахова, 2015, с. 9), що виявляється у здатності наступних поколінь до віднайдення актуальних, раніше не помічених площин нового змісту. Кожен жанр співаної поезії характеризується пріоритетними темами та відповідними архетипами-символами, які гуртують реципієнтів і насаджують їм певні естетичні стереотипи залежно від історичних умов.

Збагачений «провідним ідейно-тематичним змістом твір підносить його виконавця (часом цілком не виправдано) на гребінь визнання та популярності. Тому в сучасній естрадній пісенній ліриці відомі непоодинокі випадки, коли, зловживаючи знаковою тематикою і спекулюючи на ній, артист без належної фахової підготовки свідомо здобуває собі лаври на кон'юнктурних піснях, послуговуючись при цьому лише їх естетичним кодом» (Малахова, 2015, с. 9).

Аналіз сучасної співаної поезії в синхронії засвідчує: щоб слухачі у всьому світі прийняли співану поезію у власні комунікативно-мистецькі коди, авторам-піснярам у процесі написання твору достатньо вкупі з національною основою застосувати в піснях загальнолюдські змістотвірні маркери. Реалізації цієї мети в сучасних піснях слугує їх синтетичний характер, що є виявом інтермедіальності, характерної для мистецької взаємодії.

1.2. Закономірності мистецької взаємодії в межах феномену інтермедіальності

Перехід від інформаційного суспільства до медійного або, краще сказати, медіатизованого суспільства відбувся через потребу сучасної людини оточувати себе всіма можливими видами мас-медіа, а також, телекомунікаційними й мультимедійними технологіями. Медійне

суспільство, за визначенням польського дослідника Т. Гобана-Класа, характеризується тим, що «міжлюдська комунікація має здебільшого посередницький характер; тобто це суспільство, у якому за допомогою медіа створюється своєрідна віртуальна дійсність, медійна культура; де медійна інфраструктура, зокрема телекомунікаційна, стає певною основою для ефективної діяльності та контактів у всіх сферах людського життя; у якому більшість людської діяльності організована за допомогою медійно-інформаційних технологій; інформація та знання виступають головним продуктивним чинником, а суспільний розвиток спирається на використання телеінформатики» (цит. за: Циховська, 2014, с. 49).

Т. Валович теж надає перевагу «медіатизованому суспільству» («mediated society») над «віртуальним суспільством» («virtual society»), оскільки саме цей термін «передає ідею суспільства, у якому традиційні дії людської взаємодії копіюються певною мірою за електронним посередництвом, суспільство, у якому танок тіней, – за словами дослідника, – ведеться від найглибших форм інтерсуб'єктивізму» (цит. за: Циховська, 2014, с. 49).

У житті медіатизованої людини відіграють велику роль явища як давньої культури, так і новотвори сучасної, більшість з яких за своєю природою є інтермедійними. Традиційне поняття «взаємодія мистецтв» змінилося в 1990-х роках на інше, таке як – «інтермедіальність», так само, як розповсюджена «теорія впливів» була із часом змінена й замінена на «інтертекстуальність». З розвитком нових технологій «з'явилося багато явищ, що не вписувалися в поняття «interart / interart relations» (наприклад, література й музика) і потребували іншої категорії, до якої могли б увійти такі форми сучасного мистецтва, як комікси, відеокліпи, комп'ютерні ігри, реклама, нові медіа тощо. Такою галуззю стала інтермедіальність» (цит. за: Циховська, 2014, с. 49). Тому, як зазначила М. Василевська-Хмура, «деякі дослідники використовують термін interart для опису класичних поєднань

художніх зв'язків, натомість інтермедіальність – на окреслення нових культурних зв'язків» (цит. за: Циховська, 2014, с. 49-50).

Італійська дослідниця М. Пунці в статті «Літературна інтермедіальність: вступ» говорить про певний перехід від «епохи Гутенберга» до «епохи інтермедіальності», «позначеної рухом від моноцентричного до поліцентричного типу логіки; логікою мережі» (Punzi, 2007, р. 11). Популярність інтермедіальності підтверджується й тим фактом, що із 2003 року Монреальський університет розпочав публікацію інтердисциплінарної періодики «Intermedialités» («Інтермедіальність»). Натомість, А. Хеймей пише про співіснування в літературній компаративістиці трьох основних тенденцій, називаючи їх умовно традиційною, інтердисциплінарною та культурною компаративістикою (саме до останньої входять інтермедійні студії) (цит. за: Циховська, 2014, с. 49-50).

Те, що порівняльне літературознавство стосується не лише сфери літератури, а й інших ділянок людського досвіду, окреслив ще в 1961 році відомий науковець Г.Г. Ремак, зазначивши, що «Компаративістика – це вивчення літератури далеко за межами однієї окремої країни й вивчення зв'язків між літературою, з одного боку, та іншими ділянками знань і вірувань, таких, як мистецтво (наприклад живопис, скульптура, архітектура, музика), філософія, історія, соціальні науки (наприклад, політика, економіка, соціологія), наука, релігія тощо, із другого боку» (цит. за: Циховська, 2014, с. 50). Ідея була першочергово підхоплена багатьма дослідниками, внаслідок чого з'явилися чисельні інтердисциплінарні дослідження, які були присвячені аналізу здебільшого у трьох основних напрямках – реляцій літератури та музики, літератури та візуальних мистецтв, літератури та кіно.

На ІХ конгресі міжнародної компаративістської асоціації, У. Вайсшайн запропонував типологію суміжних явищ, за якою література стоїть на вершині ієрархічної системи мистецтва, цим самим охоплює вісім візуальних / вербальних типів спорідненості:

- 1) витвори мистецтва, які швидше змальовують та інтерпретують, аніж просто ілюструють текст;
- 2) літературні твори, у яких подано індивідуальні випадки мистецтва (екфразис та каліграма (Bildgedicht), на відміну від віршів про речі (Dinggedicht));
- 3) літературні твори, що репрезентують або ж точно відтворюють витвори мистецтва разом із віршами, записаними в художній формі;
- 4) літературні твори, що прагнуть до наслідування стилю живопису;
- 5) літературні твори, які відносяться до певних художніх технік (монтаж, колаж, гротеск);
- 6) літературні твори, що стосуються мистецтва або митців, які передбачають спеціалізовані знання зі сфери історії мистецтва;
- 7) синоптичні жанри (символи);
- 8) літературні твори, які мають спільну тематику з витворами мистецтва (цит. за: Циховська, 2014, с. 50).

Термін «інтермедіальність» був створений за аналогією разом з поняттям інтертекстуальності. Тобто будь-які міжтекстові реляції названі інтертекстом, згідно зі сказаним вище закономірно виникло питання: як назвати певні реляції між різними видами мистецтва. Безпосередньо поняття «інтермедіальності» й «інтертекстуальності» потрібні для розмежування на внутрішні та міжсеміотичні типи реляцій (цит. за: Циховська, 2014, с. 50).

Наразі питання про взаємозалежність інтермедіальності й інтертекстуальності вивчається дослідниками по-різному, так само як і компетенцію цих понять вони визначають по-різному. Найголовнішою причиною є відмінність у розумінні тексту, під яким приховане будь-яке знакове формування, саме тому об'єкт інтертекстуальності деякі науковці поширюють не лише на художній текст, але й текст, що існує в будь-якому продукті творчості. І тоді не існуватиме поділу, як такого, на текст літературний і медіатекст, а будь-який літературний текст із залученими

елементами інших мистецтв розглядатиметься як інтертекст. (цит. за: Циховська, 2014, с. 50).

По суті, дослідники, вивчаючи цю проблему, умовно поділяються на дві концептуальні групи – «зандерівська» і «мюллерівська» (названі за іменами дослідників-засновників): ті, хто вважають інтермедіальність частиною ширшого поняття інтертекстуальності, і ті, хто розміщують об'єкт дослідження цих понять відокремлено один від одного. Перші з них повторюють думку відомого науковця Х. Зандера, Х. Плетта «інтермедіальність як вид інтертекстуальності», П. Вагнера щодо інтермедіальності як складової інтертекстуальності. Інші ж поділяють думку Ю.-Е. Мюллера, розмежовуючи інтертекстуальність в інтеракціях з вербальними текстами, а інтермедіальність як реляції між різними медіа (цит. за: Циховська, 2014, с. 50-51).

Зрештою, В. Вульф як прибічник поглядів Ю.-Е. Мюллера зараховує інтермедіальність та інтертекстуальність до інтерсеміотичних форм і розрізняє ці поняття так: інтертекстуальність «стосується винятково «гомомедіальних» реляцій між вербальними текстами, або текстовими системами» (цит. за: Циховська, 2014, с. 51), натомість інтермедіальність апелює «до будь-яких трансгресій (порушень) меж поміж медіа та до того, що стосується «гетеромедійних» реляцій між різними семіотичними комплексами, або між різними частинами семіотичного комплексу» (цит. за: Циховська, 2014, с. 51).

Утім, звичайно, існують і багато інших варіантів ієрархії інтермедіальності й інтертекстуальності. Як зазначає С. Махліна, «інтермедіальність (від лат. *inter* – поміж, *medialis* – серединний) – ширше розуміння терміна «інтертекст», коли поняття «текст» розглядається у світлі поліглотизму» (цит. за: Циховська, 2014, с. 51).

До інтермедіальності науковець Д. Гігінс приходять, помічаючи часту тенденцію тогочасних митців виходити за межі традиційних текстів мистецтва і відштовхуючись від терміна «інтермедіа», винахід якого

належить самому Д. Гігінсу і яким він пропонує позначати «точнісінько в його сучасному сенсі, щоб окреслити роботи, що концептуально перебувають між медіа» (цит. за: Циховська, 2014, с. 52). До інтермедіа належать візуальна поезія, візуальна музика, інтермедійна фотографія, фільм, відео, відеокліпи, мистецтво світла, телевізійне мистецтво, комп'ютерна анімація, інтерактивне кіно, net art, голографія, театр, балет, мультимедійна перформативна вистава тощо.

Д. Гігінс виводить появу «інтермедіа» ще із творів 1812 р. письменника-романтика С.-Т. Кольріджа. Проте це твердження потребує уточнення, оскільки С.-Т. Кольрідж при згадці цього слова в нарисі «Про Спенсера» у своїх «Літературних посмертних творах» використовує його в однині як «intermedium», до того ж у дещо іншому значенні, ніж згодом Д. Гігінс, а саме в автентичному. Тобто інтермедіум як посередник: «Наративна алегорія відрізняється від міфології як реальність від символу, це загалом справжній інтермедіум між людиною та персоніфікацією» (цит. за: Циховська, 2014, с. 52).

Зовсім неочікувану версію, що вирізняється від загальноприйнятої думки щодо піонерства в галузі інтермедіальності А. Ханзена-Льове, подає А. Годро в монографії «Від Платона до Люм'єрів: нарація та демонстрація у літературі та кінематографі» (2009). Дослідник віддає першість у використанні терміна «intermediality» Ю.-Е. Мюллеру: «Термін інтермедіальність, я вважаю, був уперше застосований Юргеном Ернстом Мюллером у пізні 1980-ті», посилаючись на статтю самого Ю.-Е. Мюллера «Комедія «Тор Нат» та інтермедіальність музичної комедії» (1994), (цит. за: Циховська, 2014, с. 52).

Безперечно, Ю.-Е. Мюллер був одним із засновників у теоретизуванні теми інтермедіальності, але згадані «далекі 80-ті» були вже після 1983 року, коли вийшла у світ праця А. Ханзена-Льове, і після публікації есе Д. Гігінса в 1965 р.

Задовго до появи назви явища у критиці сучасного мистецтва, якому було присвячено есе «Інтермедіа» Д. Гігінса, виходили окремі дослідження літератури у взаємозв'язках з іншими мистецтвами, до того ж, ці взаємозв'язки не були уніфіковані під одним терміном (цит. за: Циховська, 2014, с. 52).

Інтермедіальність швидко стала популярною у студіях із фільмознавства та мас-медіа. Якщо спочатку це поняття застосовувалося лише в дослідженнях, що проводилися в Німеччині, то згодом воно набуло міжнародного резонансу.

К. Фрідман, називаючи «інтермедіа мистецтвом, що перебуває на межі між формами та медіа» (цит. за: Циховська, 2014, с. 54), визначає чотири історії розвитку інтермедіа, три напрямки і дві галузі для майбутнього функціонування, до того ж одна перспектива – у напрямку концепції та філософії, друга – у високому технічному впливі лімінальних просторів, які призводять до нових мистецьких форм (цит. за: Циховська, 2014, с. 54).

Взагалі інтермедіальність визначають по-різному, а й водночас одностайно щодо її сутності: В. Вульф, як один із фундаторів інтермедійних досліджень, презентує інтермедіальність як «участь більше ніж одного медіавираження в значення людського артефакту» (цит. за: Циховська, 2014, с. 54).

Ф. Чеппл й Ч. Кетенбелт зазначають, що «інтермедіальним є простір, де межі пом'якшені – і ми перебуваємо поміж і всередині змішаних просторів, медіа та реальностей» (цит. за: Циховська, 2014, с. 54). Виходячи із власної класифікації медіа, Л. Елестрьом пише, що «інтермедіальністю є як абстрактні відносини між основними і кваліфікованими медіа, так і зв'язки поміж ними та особливості конкретних робіт, перформансів і медіапродукції» (цит. за: Циховська, 2014, с. 54).

Крім того, що інтермедіальність потребує аргументації щодо відмежування її від інтертекстуальності, Ю. Геркман порівнює інтермедіальність із медіазмінами. Фінський дослідник трактує її як

«соціальні та культурні взаємозалежності, у яких різні медіа поєднуються зв'язками та використовують властивості один одного» (цит. за: Циховська, 2014, с. 54). Він розглядає інтермедіальність як дослідницький підхід, визначаючи її за різними критеріями, а саме – основне значення терміна: зв'язки між різними медіа; традиційне підґрунтя: гуманітарні науки, медіа- та літературні студії; теоретична основа: текстуальна теорія, теорія мистецтва; соціальний контекст: зміна культурних форм та інституцій; зв'язок з технологіями: культурна орієнтація та детермінізм; медіазміна: еволюція, пов'язаність; медіа в майбутньому: різні медіа, але їх взаємозв'язки будуть переформульовані.

Виокремлюючи медіаконвергенцію як найпопулярніший термін для опису медіазмін, Ю. Геркман розглядає її поряд з інтермедіальністю й розводить ці поняття так: «У той час, коли припущення конвергенції часто акцентує недоліки та відсутність безперервності між старим і новим, концепт інтермедіальності приділяє більше уваги цілісності медіа сфери та з'єднанню й перечленуванню медіа через зміни в соціальних і культурних контекстах» (цит. за: Циховська, 2014, с. 54). Щодо типологій інтермедіальності, то одна з перших – це схема В. Вольфа, котра пропонує поділ на «відкриту / пряму» («overt / direct») і «приховану / непряму» («covert / indirect») її форми (Wolf, 1999, p. 37-48). «Відкрита» форма передбачає залучення кількох медіа, прикладом чого, за В. Вольфом, є синтетичні жанри (театральна вистава, звуковий фільм, пісня, опера), вставки ілюстрацій або нотних фрагментів у літературний текст. «Прихована» форма інтермедіальності передбачає, натомість, медійну трансформацію, тобто не буквально використання матеріалу іншого виду мистецтва, а його переклад мовою «медіадомінанти». І переклад може мати дві форми: експліцитну – «оповідання» («telling») або «тематизація» («thematization») та імпліцитну – «імітація» («showing», «imitation») (цит. за: Циховська, 2014, с. 54).

Варті уваги чотири варіанти розуміння інтермедіальності в однойменній статті «Чотири моделі інтермедіальності» Є. Шрьотера:

1) синтетична інтермедіальність (synthetic intermediality) пропонує ідею інтеграції різних медіа у вагнерівський Gesamtkunstwerk (синтез мистецтв) з політичною конотацією; цій моделі інтермедіальності властиві три фактори: засудження «мономедій» як форм соціального й естетичного відчуження; чітке розмежування між інтермедіа та змішані медіа; революційне й утопічне ставлення до тріумфу над мономедіа як соціального визволення стосовно повернення глобальних типів екзистенцій;

2) формальна, або трансмедійна інтермедіальність (formal or transmedial intermediality) побудована на концепції, що формальні структури (нарративні структури) не є специфічними для окремого медіа, а можуть бути віднайдені в різних медіа так само, як підчас порівняння оповідної реалізації фільму та роману;

3) трансформаційна (transformational intermediality) розглядає ситуації репрезентації одного медіа через інший, перенесення з одної знакової системи в іншу; важлива форма, оскільки визначення медіа залежить від їхніх інтермедійних репрезентацій, трансформацій на інтермедіальність є зворотною стороною онтологічної моделі;

4) онтологічна інтермедіальність (ontological intermediality) передбачає існування медіа в постійній реляції до інших медіа, тобто наявність спільних рис у різних медіа (наприклад, музикальність поезії, театральність прози) (Schroter, 2012, p. 18).

Другий вид інтермедіальності – «медіакомбінація» («media combination») охоплює такі явища, як опера, фільм, театр, спектаклі, ілюстровані рукописи, комп'ютерні або Sound Art інсталяції, комікси тощо, або, використовуючи іншу термінологію, – так звані мультимедіа, змішані медіа та інтермедіа. Ця категорія визначається медійною групою, що формує такий медіа продукт, який свідчить про наслідок або процес об'єднання щонайменше двох умовно різних медіа. Ці два медіа або медіаформи з'єднання існують у своїй площині і сприяють побудові та значенню цільного продукту в їхньому власному специфічному способі. Отже, для цієї категорії

інтермедіальність є комунікативно-семіотичним концептом, заснованим на комбінації принаймні двох поєднаних медіаформ. Сусідство двох або більше матеріальних виявів різних медіа в «реальній» інтеграції не стане привілеєм жодного з її установчих елементів. Концепція, скажімо, опери або фільму як окремих жанрів робить очевидним те, що поєднання різних медійних форм з членування може призвести до утворення нових, незалежних художніх або медіа жанрів, де формування жанрових багатомедійних основ стає його специфікою (Schroter, 2012, p. 19).

З історичної перспективи ця категорія інтермедіальності виражає динамічні еволюційні процеси, що їх А. Хансен-Льове (1983) описує як шліфування й новостворення (цит. за: Циховська, 2014, с. 54).

Третій вид – це інтермедійні посилання («intermedial references»), наприклад, у художньому тексті на фільм через втілення або імітацію певних фільмових технік, зокрема, макрозйомку, тіні, наплив і монтаж. Інші приклади вміщують так звану музикалізацію літератури, трансформацію мистецтва, екфразу, посилання у фільмі на живопис або в живописі на фотографію тощо (цит. за: Циховська, 2014, с. 54).

Здебільшого наявні класифікації найчастіше поділяють інтермедіальність на основі засобу поєднання або переведення медій, зокрема, Х. Лунд розмежовує три види інтермедійних реляцій: комбінацію, інтеграцію та трансформацію. Комбінації складаються із взаємних посилань і змішування. Взаємні посилання формують ілюстрації, емблематика, образ і назва, музика та назва, фоторепортаж, ілюстрована книжка, змішування – реклама, поштові марки, пісня, відео, комікс, опера, літургія, плакат. До інтеграції належать фігурні вірші, звукова поезія, книгодрукування, піктограми, концептуальне мистецтво, мелодекламація, візуалізований алфавіт, іконічність, візуалізовані вербальні знаки. До трансформації зараховано вербальну та музичну екфразу, програмову музику, роман на підставі фільму та фільм на підставі роману, театралізацію тексту,

іконічну проекцію, вербальну інтерпретацію музики (цит. за: Циховська, 2014, с. 54).

К.Б. Єнсен виокремлює в комунікаційних дослідженнях також три концепції інтермедіальності. Згідно з першою, «інтермедіальність – це поєднання й адаптація окремих матеріальних засобів подання й відтворення, яку іноді називають мультимедіа, про що свідчить звуко-і-слайд-шоу або аудіо-і відеоканали телебачення»; другою – «термін позначає зв'язок одразу через кілька сенсорних модальностей, наприклад, музики й рухомих зображень», третьою – «інтермедіальність стосується взаємозв'язків між медіа як інститутах у суспільстві, передбачена в технологічних та економічних термінах, зокрема, конвергенції та конгломераті» (цит. за: Циховська, 2014, с. 54).

Загальновідомо, що серед реляцій літератури з іншими мистецтвами зв'язок літератури й музики найдавніший, але вперше його обґрунтував К.С. Браун у праці «Музика і література. Порівняння мистецтв» (Афіни, 1948), де виокремив чотири сфери зв'язків літератури та музики: спільні елементи (ритм), випадки співіснування (опера, вокальна музика), впливи музики на літературу (репетиція, варіація, форми музичні в літературі – fuga й музична символіка), а також впливи літератури на музику (програмна музика) (цит. за: Циховська, 2014, с. 54). С.П. Шер запропонував тріаду основних можливих музично-літературних реляцій, а саме: «музики і літератури» (вокальна музика), «музики в літературі» (вербальна музика) і «літератури в музиці» (програмна музика) (цит. за: Циховська, 2014, с. 55). Згодом концепцію С.П. Шера взяв за основу визначальних форм музично-літературної інтермедіальності В. Вульф, зараховуючи до відкритої / прямої інтермедіальності реляцію «музика та література», а до прихованої / не прямої інтермедіальності – «літературу в музиці» та «музику в літературі» (Wolf, 1999, p. 37-48).

Отже, ураховуючи інтердисциплінарний характер більшості сучасних досліджень, інтермедіальність стала необхідним терміном для їхнього

подальшого функціонування в літературі. Думка про те, що немає жодної автономної дисципліни, відокремленої повністю одна від одної, виходить із того, що у XXI столітті будь-який кінцевий продукт стає синтезом багатьох усвідомлених лейтмотивів і не усвідомлених архетипів. Ця мішанина передбачає пошук та ідентифікацію першооснов, що і є завданням інтермедійного аналізу. Інтермедіальність розвивається разом із поняттями «взаємодія мистецтв», «екфраз», «синестезія», «сугестія» й багатьма іншими; це розмивання меж тексту до нетекстуальних площин, створення тексту поза його межами й водночас поміж його прогалін. В інтермедіальності взаємодіють слово та образ, залучається двокомпонентність візуального й акустичного. Ураховуючи генезу інтертекстуальності, за якою В. Вульф ідентифікує її з гомомедійними реляціями, а інтермедіальність із гетеро-, можна продовжити семантичний ряд схематизуванням інтертексту формулою «я + безліч таких, як я», а інтермедіа – «я + безліч інших» (Wolf, 1999, p. 37-48).

Інтермедіальність як теорія та метод аналізу оформилася та дістала активного розвитку протягом останніх десятиліть ХХ ст. Однак як етап розвитку взаємозв'язків між різними видами мистецтва, інтермедіальність можна спостерігати вже у ХІХ ст..

Як будь-який вид чи аспект знання, мистецтво та література наділені власною специфікою, яка полягає, головним чином, у тому, що вони покликані передати доступними їм засобами індивідуальну картину світу митця. Таким чином, процес створення мистецького твору, як і сам твір, сприймається як висловлювання (частина висловлювання), спосіб спілкування або, користуючись мовознавчою термінологією, акт комунікації (Пешкова, 2019, с. 25). Враховуючи, що в розпорядженні різних видів мистецтва знаходяться різноманітні засоби вираження, інакше кажучи «коди», особливої уваги потребує проблема кодування та перекодування цих творів усередині різних семіотичних (знакових) систем, якими є твори літератури, мистецтва та культури в цілому.

Ця проблема розроблялася в багатьох роботах Ю. М. Лотмана (та інших дослідників) з семіотики простору культури, літератури та мистецтва. Вихідною передумовою його робіт стала ідея структуралістів про те, що світ є текстом, причому деякими з науковців поняття тексту розглядається в рамках дискурсивної практики (цит. за: Пешкова, 2019, с. 28).

У широкому значенні слова текстом є і твори музики, живопису, скульптури чи архітектури, і модні тенденції, і побут – відтак, зрештою, весь простір культури. На цій основі Ю. М. Лотман розробляє концепцію семіосфери як особливої сфери існування культури, а отже, і літератури та мистецтва. Однак специфіка кожного з видів мистецтва не знімає проблеми взаємодії літературних та художніх текстів, що розглядаються одночасно як знаки та як знакові системи, тому розробки в цій галузі залишаються актуальними й сьогодні (цит. за: Пешкова, 2019, с. 29).

Останнім часом у наукових колах точаться численні суперечки стосовно методів сучасного літературознавства (Шведова, 2011, с. 115). Якщо попередньою традицією були вироблені найрізноманітніші методи аналізу літературного твору (залежно від шкіл та напрямів досліджень можна говорити про: міфологічний, біографічний, порівняльно-історичний, культурно-історичний, психологічний, формальний, структуральний, соціологічний, культурологічний, нарратологічний, семіологічний та інші принципи вивчення літературних текстів, кожен із яких має свої методи аналізу), то проблеми аналізу невербальних (несловесних) творів мистецтва залишаються невирішеними і сьогодні.

На основі формального методу, згодом активно розробленого структуралістами, складаються методи семіотичного та ширшого інтермедіального аналізу, під яким розуміється аналіз відносин і форм взаємодії мов різних видів мистецтва (але не досліджується знакова природа одного конкретно взятого твору).

Наразі, зважаючи на відсутність єдиних критеріїв і термінологічної системи дослідження, постало питання про пошуки універсального методу

аналізу будь-якого твору мистецтва. Основна проблема полягає в тому, що під одними і тими ж термінологічними поняттями в різних видах мистецтва розуміють якісно різні явища: композиція картини або музичного твору – зовсім не те саме, що композиція літературного тексту.

У різних видах мистецтва по-різному вибудовуються художній час і простір, відрізняються засоби створення художнього образу. Проте, взявши за основу найбільш загальні визначення категорій та термінів, можна простежити, як співвідносяться їх елементи один із одним у творах різних видів мистецтва. Як приклад візьмемо художній образ та засоби його створення у музичному, живописному та літературному творі.

У найзагальнішому вигляді художній образ визначається як спосіб освоєння та перетворення дійсності. У зв'язку з цим виникає питання, які засоби освоєння і перетворення дійсності використовують музика, живопис і література. Одним із таких засобів є композиція (Шведова, 2011, с. 115).

Переважає більшість дослідників поділяють думку про те, що композиція є насамперед системою; будь-яка система складається з певних елементів чи компонентів, які у свою чергу перебувають між собою у спеціально організованих відносинах. Компоненти (елементи) композиції визначаються як такі частини твору, які можуть бути виділені як суттєві для його будови та складу, та поділяються на зовнішні та внутрішні (Шведова, 2011, с. 117).

До зовнішніх компонентів, зокрема, літературного твору можуть належати окремі розділи, строфи чи фрази; стилістично відокремлені моменти (оповідальні чи описові частини, діалоги, ліричні відступи тощо); вступ, висновок, епілог. Йдеться, отже, про поняття, що виділяються за певною формальною ознакою. Серед внутрішніх компонентів виділяють, наприклад, сюжет, тему, окремих персонажів чи їх систему тощо.

Музичний твір, як і літературний, є явищем континуальним, тобто сприймається реципієнтом послідовно протягом певного проміжку часу. Елементи композиції музичного твору, з одного боку, збігаються зі

структурними компонентами літературного тексту, з іншого – відрізняються від них. Так, для музичного твору, як і для літературного, властивим є поділ на частини (за формальною ознакою), але в основу цього поділу покладено інтонацію музичного мислення та спілкування.

Подібно до слова, інтонація становить єдність звуку (звукової оболонки слова) та сенсу (значення) – відрізняється лише характер цього зв'язку. Звуковий матеріал слова представлений обмеженим набором фонем.

Музична інтонація спирається на звук у всій повноті його властивостей, включаючи відмінність темпу, ритмічних малюнків, рівнів гучності, що змінюються в часі. Із переплетення та чергування інтонаційних ліній у великій музичній формі можуть народжуватися фабула та сюжет. Маркерами частин твору часто стають тема, мотив та лейтмотив.

На відміну від музичного та літературного твору, композиція живописного полотна розрахована на зорове сприйняття – у повному обсязі та одночасно. Відповідно, аналізуючи композицію живописного та літературного твору крізь призму теорії інтермедіальності, слід звертати увагу на пропорції (співвідношення частин і цілого та частин у рамках цілого), точку зору та перспективу, співвідношення вісей та фігур (якщо розглядати систему персонажів та їх розташування щодо центру картини і стосовно один одного). Показовим у зв'язку з цим є аналіз структури казки Оскара Уайльда «День народження Інфанти», де письменник моделює композицію відомого живописного твору (мається на увазі картина Дієго Веласкеса «Меніни») в рамках літературного тексту (Шведова, 2011, с. 116).

Крім композиції, важливим засобом створення художнього образу в живописі є «деталь», під якою розуміють виділений автором елемент образу, що наділений значним смисловим та емоційним навантаженням. На основі «деталі» вибудовується образ та характеристика героя в літературному творі.

За допомогою «деталі» можуть позначатися мотиви, підкреслюватись їх напруженість і важливість, і т. ін. Наприклад, мелодія, що створює «портрет» персонажа з опорою на інтервали та музичний лад, змушує

реципієнта уважніше вслухатися в ритмічну та звукову організацію літературного тексту та темп оповіді.

У літературі прийоми живопису, з притаманними для нього плавністю чи уривчастістю ліній, «розмовляють власною мовою». Музика та живопис привносять свої «деталі» та прийоми в літературу, розширюючи та збагачуючи тим самим її можливості.

Елементи музичної та / або живописної організації в літературному творі не повинні бути самоціллю письменника. Вони мають функціонувати за колишніми (музичними або живописними) законами в нових (літературних) умовах. Тільки в цьому випадку можна говорити про інтермедіальні зв'язки між творами різних видів мистецтва (Шведова, 2011, с. 115). Доцільно говорити не про взаємодію живопису та літератури чи літератури та музики «взагалі», а про аналіз структури та особливостей конкретних творів, про «переклад», «перекодування» прийомів конкретного живописного полотна в конкретному літературному творі, про взаємодію на рівні жанрових форм чи техніки виконання (і стилю) творів.

Резюмуючи сказане вище, інтермедіальний аналіз літературного твору пропонується здійснювати за такою моделлю:

- вибрати загальну для творів різних видів мистецтва категорію аналізу (такою категорією може стати, наприклад, категорія художнього образу, категорія художнього простору і часу, категорія художнього стилю, категорія художньої форми);
- умовно визначити загальний для зіставляваних творів рівень (чи рівні) аналізу: наприклад, рівень композиції, рівень художньої деталі чи ритмічної організації;
- надалі слід аналізувати засоби, прийоми й техніку художньої виразності творів інших видів мистецтва у їхньому заломленні у творі літературному (прийоми колірної та світлової організації, реалізація особливостей живописного чи музичного жанру на матеріалі літературного

тексту, гра з перспективою та точкою зору, конкретні прийоми зміни ритму і темпу оповіді тощо).

Отже, метод інтермедіального аналізу може бути застосований до аналізу пісні як синтетичного мистецького утворення, оскільки дозволяє з'ясувати ключові характеристики витворення синестетичного ефекту.

1.3 Сугестія як одна із форм вербального впливу в пісенному жанрі

Попри те, що феномен вербального впливу привертав увагу науковців із давніх давен, його систематизоване дослідження почалося лише в другій половині минулого століття у працях М. Рубакіна, Л. Якубинського, С. Бернштейна, згодом у працях Д. Болінжера, Р. Блакара, П. Лазарфельда, Г. Ласвелла та ін. (цит. за: Шарафутдинова, 2008, с. 19).

У вітчизняній лінгвістиці проблема вербального впливу лише починає активно розвиватися (див. праці В. В. Різун, О. О. Селіванової, О. Семенюк, Н. Кутузи, С. Форманової, О. В. Климентової, Т. Ю. Ковалевської, А. В. Ковалевської та ін. (цит. за: Шарафутдинова, 2008, с. 19), що спричиняє нагальну потребу в дослідженні цього питання. Вербальний вплив розглядають у вузькому та широкому смислах. У широкому смислі вербальний вплив розуміють як довільну та мимовільну передачу інформації суб'єктом реципієнту (або групі реципієнтів) у процесі мовленнєвого спілкування в усній чи письмовій формах, яка здійснюється за допомогою лінгвальних, паралінгвальних чи нелінгвальних символічних засобів і визначається свідомими чи несвідомими інтенціями адресанта та цілями комунікації (Шелестюк, 2009, с. 43).

Так, у широкому розумінні вербальним впливом можна вважати будь-яке мовленнєве спілкування, яке характеризується суб'єктно-об'єктним зв'язком, у якому адресант виступає суб'єктом впливу, а адресат – об'єктом впливу. У вузькому смислі вербальний вплив розуміють як «мовленнєву дію адресанта, яка керується цільовою настановою мовного спілкування, що

спрямована на зміну поведінки, психологічних станів, свідомості адресата, оцінки ним певного явища» (Селіванова, 2006, с. 355), яка здійснюється адресантом «як свідомо, так і несвідомо; дію, спрямовану на когось / щось з метою досягти чогось у власних цілях або ж навіяти щось; процес зміни адресантом поведінки адресата, його настанов, намірів, уявлень, оцінок під час вербальної взаємодії із ним» (Селіванова, 2006, с. 355).

Варто зауважити, що між деякими формами вербального впливу існує тісний зв'язок, що стає причиною непоодиноких випадків їх паралельного вживання й унеможливорює однозначне їх розмежування. Такими формами вербального впливу є переконання, навіювання і маніпуляція.

Відбір вербальних засобів переконання та сугестії значною мірою залежить від об'єкту їхнього впливу (свідомість / підсвідомість, емоції, почуття тощо). Через те, що переконання апелює до логіки, його основними вербальними засобами є відбір, логічне впорядкування фактів і висновків, логічний доказ, покликаний забезпечити свідоме сприйняття реципієнтом системи оцінок і суджень іншої точки зору (Никифорова, 2013, с. 18). Оскільки метою сугестії є вплив на емоції, почуття, виклик певних станів, реакції та настроїв, їй притаманні «конвергенція в одному контексті тропів, стилістичних фігур, використання емоційно забарвлених слів, метафоричність» (Никифорова, 2013, с. 18), що створює потужний вплив на адресата. Разом із вербальними засобами, які можуть здійснювати вплив на адресата, слід враховувати просодичні та невербальні засоби впливу, до яких відносять ритм, інтонацію мовлення, жести, міміку тощо.

Наслідування, довіра, конформізм, авторитет адресанта – все це є головними складовими сугестії, які разом із вербальними та невербальними засобами впливу створюють могутнє впливове поле на адресата. Отже, сугестія та переконання виявляються тотожними лише в тому сенсі, що мають спільну мету: корекцію поглядів і здійснення певного прагматичного впливу на адресата, однак вони є абсолютно різними явищами за такими ознаками, як: об'єкт апеляції (об'єктом впливу переконання є логіка, розум,

критичне судження, у той час як об'єктом впливу сугестії є несвідоме, емоції, віра) і вербальні засоби здійснення впливу. Суть переконання зводиться до свідомого осягнення змісту повідомлення, у той час як зміст сугестії приймається некритично, без осмислення і покликаний вплинути на почуття, емоції, поведінку людини.

Сугестія є завжди впливом на підсвідомість адресата для зміни його психоемоційного та фізіологічного стану. Підсвідомістю вважається «сукупність психічних процесів, які протікають без відображення їх у свідомості, в обхід свідомого управління ними. Будучи психічним, несвідоме являє собою таку форму відбиття дійсності, при якій втрачається повнота орієнтування в часі та місці дії, відбувається розлад мовного регулювання поведінки, неможливі цілеспрямований контроль за скоєними діями й оцінка їх результатів» (Гарбар, 2019, с. 51).

Кінцевим результатом несвідомого відображення та пізнання є пристосування до дійсності, засноване на неосмисленому врахуванні інформації про властивості та відношення предметів зовнішнього світу. Головними складниками підсвідомості є емоції, уява, наслідування, віра тощо. У випадку сугестії адресат вірить на слово адресанту, не замислюється над істинністю аргументів, без розсуду приймає твердження. Сугестія формує безрозсудну віру у щось. Як наслідок, «сугестована інформація укорінюється у підсвідомості, майже не піддається осмисленню, переосмисленню і надовго утримується у підсвідомості, що у подальшому проявляється в автоматичних діях, певних реакціях, поведінці» (Гарбар, 2019, с. 52).

Щодо пісенних текстів, то «сугестивний вербальний вплив може маскуватись уповільненням» (Климентова, 2009, с. 143). Наприклад, «при записі музичної мелодії на неї накладається та чи інша вербальна фраза, проте з уповільненням у десять – п'ятнадцять разів, при цьому текст буде ледь прослуховуватись у вигляді глухого шуму, виття, проте у реципієнта

з'являються відповідні нав'язливі «власні» думки, оформлені у звичайний для людини вербальний спосіб» (Климентова, 2009, с. 144).

Застосовується також спектральне маскування на тлі музичного твору. Механізм впливу ґрунтується на тому, що в усіх біологічних об'єктів існує власний акустичний діапазон частот. Кожна клітина, орган, тканина тощо має такий діапазон. Під час сугестії можна його змінювати з метою найрізноманітніших ефектів: лікування, залякування, створення перехідних станів тощо. «Окрім аудіоканалів, використовуються й візуальні, наприклад, з використанням Інтернету, коли неусвідомлюваною є зорова інформація, що маскується під вторгнення вірусів, оформлене відповідними картинками з текстом або без нього» (Климентова, 2009, с. 145). Важливу роль відіграє вербальний компонент і при застосуванні ментальної сугестії. Як з'ясувалося, «на підсвідомість людини можна впливати через телефон, радіо, телебачення, Інтернет, навіть через шпальти газет. І при цьому завжди має місце вербальний вплив. Роль тексту в досягненні сугестивного ефекту може бути різною, але саме він є своєрідним кодом, який запускає мозкові психофізіологічні механізми, що забезпечують виконання прищепленої програми поведінки» (Климентова, 2009, с. 145).

На наступному етапі реалізується вихід психонервового процесу на виконавчі системи організму. Як наслідок, поведінка, сприйняття, тілесні функції стають адекватними нав'язаній програмі, що врешті-решт стає реальністю. Зважаючи на широкий діапазон ефектів від подібних маніпулятивних впливів, гіпотетично тексти можуть бути якими завгодно, що власне і має місце в постгіпнотичному навіюванні. Регламентуються хіба що розмір та інтонація. З іншого боку, логічним видається розгляд таких текстів, що їх умовно можна назвати «текстами супроводження» (Климентова, 2009, с. 144), як рівноправного чинника резонансного ефекту. Цікаво, що в тих випадках, коли саме через текст здійснюється сугестивний вплив, у його структуру завжди закладається «цілий комплекс виражальних засобів: повтори звуків, складів, слів, синонімічні ряди, рекурсивні

конструкції тощо, що легко сприймаються візуально й на слух» (Климентова, 2009, с. 145). Інша справа, що ефекти цих вербальних маніпуляцій позначаються на підсвідомому рівні і майже не контролюються.

Тож, саме через рідну українськомовному чи англomовному слухачеві вібрацію, створювану вербальними засобами, їх звучанням, смислами, логічним акцентуванням, включенням у певні лексичні та синтаксичні структури, що ієрархічно презентуються і творять певний код, здійснюється сугестивний вплив.

Зауважимо, що в межах нашого дослідження ми зосереджуємося на розгляді лише вербального коду. Вербальний вплив вважається «домінантою комунікативної сугестії» (Ковалевська, 2012, с. 33). Етимологічно термін «сугестія» (*suggestion* – середина XVIII ст.) походить від латинського слова *suggestiō*, що означає ‘натяк’, яке у риторичному контексті трактується як «додавання», «вказівка». Своєю чергою, дієслова *suggero*, *suggerere* мають такі значення: ‘навчати’, ‘вселяти’, ‘радити’, які етимологічно походять від латинських дієслів *gessī*, *gestum*, що означають: ‘уявляти’, ‘удавати (себе за когось)’, ‘грати роль’, ‘командувати’, ‘старшувати’, ‘відати’, ‘керувати’ (Ковалевська, 2012, с. 33), які, своєю чергою, походять від дієслова *gestio*, що означає: ‘давати волю своїм почуттям’, ‘жестами виражати свій настрій’, ‘жестикулювати’ (Ковалевська, 2012, с. 33), що за деякими джерелами (Ковалевська, 2012, с. 33), може вказувати на особливе значення «мови тіла» для посилення сугестивного впливу у певних європейських культурах.

У полі лексичного значення слова *suggestio* перебуває і слово *suggestum/-us*, яке «тлумачиться як ‘підвищення’, ‘узвиштя’, ‘поміст’, ‘естрада’, ‘ораторська трибуна’, ‘запропонована думка’, ‘пропозиція’» (Гарбар, 2019, с. 43). В англійському етимологічному словнику знаходимо таке визначення терміну «сугестія» – «*a prompting to evil*» (‘намовляння, порив до пороку, зла’); «*hint, temptation*» (‘підказка, спокуса, зваба’); «*an addition, intimation, suggestion*» (‘доповнення, натяк, пропозиція, порада, сугестія’). У сучасному англійському тлумачному словнику Лонгман

«сугестія» (suggestion) – «an indirect way of making you accept an idea, for example by hypnotism» («непрямий спосіб примушування людини прийняти певну ідею, наприклад, через гіпноз») (цит. за: Гарбар, 2019, с. 43).

Предметом дослідження сугестивної лінгвістики є вербальна сугестія, тобто, маніпулювання людиною за допомогою слова. Виділяють три типи маніпуляцій: «закріплення установки, створення установки, зміна установки» (цит. за: Гарбар, 2019, с. 44).

Вищезазначені трактування дозволяють зрозуміти, що термін «сугестія» використовується в контексті, де має місце прихований цілеспрямований вербальний вплив на свідомість і поведінку людини, що здійснюється у формі наказу, поради, пропозиції, розпорядження, керівництва, командування, переважно з метою спонукання до певних дій або навіть нав'язування чужої волі, маніпуляції.

Висновки до розділу 1

«Перехід від інформаційного суспільства до медійного або, краще сказати, медіатизованого суспільства відбувся через потребу сучасної людини оточувати себе всіма можливими видами мас-медіа, а також, телекомунікаційними й мультимедійними технологіями. Медійне суспільство характеризується тим, що міжлюдська комунікація має здебільшого посередницький характер; тобто це суспільство, у якому за допомогою медіа створюється своєрідна віртуальна дійсність, медійна культура; де медійна інфраструктура, зокрема телекомунікаційна, стає певною основою для ефективної діяльності та контактів у всіх сферах людського життя; у якому більшість людської діяльності організована за допомогою медійно-інформаційних технологій; інформація та знання виступають головним продуктивним чинником, а суспільний розвиток спирається на використання телеінформатики» (цит. за: Циховська, 2014, с. 49).

«У житті медіатизованої людини відіграють велику роль явища як давньої культури, так і новотвори сучасної, більшість із яких за своєю природою є інтермедійними. Традиційне поняття «взаємодія мистецтв» змінилося в 1990-х роках на інше, таке як – «інтермедіальність», так само, як розповсюджена «теорія впливів» була із часом змінена й замінена на «інтертекстуальність». З розвитком нових технологій з'явилося багато явищ, що не вписувалися в поняття «*interart / interart relations*» (наприклад, література й музика) і потребували іншої категорії, до якої могли б увійти такі форми сучасного мистецтва, як комікси, відеокліпи, комп'ютерні ігри, реклама, нові медіа тощо. Такою галуззю стала інтермедіальність» (цит. за: Циховська, 2014, с. 49).

У сучасній лінгвістиці мультимодальність розглядається як «одна з центральних мовних категорій, під якою розуміють комплексне поєднання у висловлюванні або тексті різних кодових систем, наприклад, графіки, тексту та аудіо (звуків) з метою якіснішого представлення та отримання інформації. Мультимодальність має справу з усіма засобами, які використовуються для передачі певного значення або змісту, вивчаючи особливості відображення світу залежно від соціального досвіду мовців. Невід'ємною складовою аналізу мультимодальності в художньому тексті є аналіз процесу декодування кодів різних знакових систем читачем в ході прочитання художнього тексту на основі його соціального досвіду з метою пояснення специфіки художньої образності» (цит. за: Бурко, 2015, с. 47).

Основні теоретичні засади розгляду явища мультимодальності в тексті:

1) взаємодія модусів є основою змісту та репрезентації висловлення; взаємодія відбувається при аналізі та описі набору засобів, які формують значення та якими користуються комуніканти (розмовні, візуальні, письмові, жестикуляційні та інші) в різних ситуаціях;

2) сфера мультимодальності припускає існування певних семіотично-неоднорідних та екстралінгвальних засобів для досягнення конкретної мети;

3) сфера мультимодальності передбачає, що базою у виборі модусів для створення значення є саме ті правила, які існують у момент створення цього значення;

4) термін «сугестія» використовується в контексті, де має місце прихований цілеспрямований вербальний вплив на свідомість і поведінку людини, що здійснюється у формі наказу, поради, пропозиції, розпорядження, керівництва, командування, переважно з метою спонукання до певних дій або навіть нав'язування чужої волі, маніпуляції;

5) аналіз сучасної співаної поезії в синхронії засвідчує: щоб слухачі у всьому світі прийняли співану поезію у власні комунікативно-мистецькі коди, авторам-піснярам у процесі написання твору достатньо вкупі з національною основою застосувати в піснях загальнолюдські змістотвірні маркери. Реалізації цієї мети в сучасних піснях слугує їх синтетичний характер, що є виявом інтермедіальності, характерної для мистецької взаємодії.

РОЗДІЛ 2

СУГЕСТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВЕРБАЛЬНОЇ ОБРАЗНОСТІ ПІСЕНЬ У ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНОМУ АСПЕКТІ

2.1. Виявлення сугестивного потенціалу вербальної образності в англомовних піснях

Корпус досліджуваних англомовних пісень показує, що значна частина часового континууму сугестивного тексту локалізована в координатах «тут і зараз». Про це свідчить дуже високий коефіцієнт повторюваності (співвідношення між загальним числом вживань слова в корпусі досліджуваних текстів і середнім арифметичним його показником в текстах) темпоральних лексичних маркерів «цього моменту». Відзначено, що «корінні» маркери – *now, today* – виявляються найбільш затребуваними: вони «надокучили» в повсякденній мові, декодуються в режимі економії когнітивних зусиль, автоматично, і, відповідно, першими потрапляють в сферу несвідомого. «Зараз» – перцептуальний час суггерендів – виявляється вихідною точкою проєкції декодування.

Поширеним інструментом сугестії є фонетичний повтор, заснований на повторі приголосних і голосних звуків (асонанси, алітерації, анаграми). Випадки, коли різні лексичні одиниці, які виражають закодований зміст, що з'являються в одному реченні не один раз, не рідкісні, наприклад, пісня групи «The Beatles» – «Yesterday»:

(1) *Yesterday, all my troubles seemed so far away
Now it looks as though they're here to stay
Oh, I believe in yesterday.*

Моделювання категорії часу має своїм призначенням встановлення раппорта шляхом підстроювання до поточного досвіду слухача:

(2)*We stand together again at the steps of this symbol of our democracy – or we would have been standing at the steps if it hadn't gotten so cold. Now we are standing inside this symbol of our democracy.*

Хоча в ієрархії мови нижнім рівнем є фонетико-фонологічний, з точки зору латентного впливу він є найбільш ефективним. Справа в тому, що, на відміну від структури тексту або його семантики, цей рівень виникає першим, і вплив цього рівня реципієнтами практично неможливо проконтролювати. Така закономірність зумовлена, по-перше, явищем звукового символізму – здатністю тих чи інших звуків асоціюватися з певними уявленнями або емоціями. Наприклад, використання «шиплячих» і «задньопіднебінних» приголосних у великій кількості породжує жорсткий текст, насильницький для підсвідомості. По-друге, реципієнтам, як правило, не властиво свідомо аналізувати при сприйнятті тексту його звукові характеристики, тому фонологічні засоби прямо впливають на підсвідомість. Цей факт зближує сугестивні тексти з поетичною мовою, для якої також характерна особлива маркованість звукового аспекту. Одним із найбільш ефективних з точки зору впливу є прийом звукопису, що виконує звуковиражальну функцію. Так, багаторазове повторення шиплячих та свистячих звуків може передавати шипіння, шерех або шелест. Як приклад ми розглянемо композицію «She Loves You». Ця пісня – типовий зразок так званого стилю «Yeah-Yeah!», який став своєрідною «торговою маркою» ранніх «Бітлз». Вона заснована на питальному каноні (спірічуелз), характерному для негритянських церковних піснеспівів: «*She loves you – Yeah! Yeah! Yeah!*

(3)*She loves you – Yeah! Yeah! Yeah!*

She loves you – Yeah! Yeah! Yeah! Yeah!

Характерним сугестивізмом є звуконаслідування (ономатопея). Наведемо кілька випадків, де вона зустрічається:

(4)*Is not about uh'ch-ch-ching ch-ching*

Is not about the yeah bl-bling bl-bling

*Wanna make the world dance
Forget about the price tag.*

Сенс пісні в тому, що гроші – не головне в житті, і ономапоєя тут використовується для відтворення акустичного ефекту дзвону монет, щоб маніпулювати свідомістю слухачів.

В іншому прикладі ми можемо бачити, що звуконаслідування імітує постріли:

(5) *Bang bang*
We're beautiful and dirty rich.

Моделювання пострілу має своїм призначенням встановлення раппорта шляхом підстроювання до поточного досвіду слухача.

У наступних прикладах виконавці пісень закликають співрозмовника замовкнути (аналог українського «тсс»):

(6) *I do not want to stay another minute
I do not want you to say a single word
Hush hush, hush hush.*

(7) *Hush hush darling*
Do not tell me 'cause it hurts.

Інший приклад ілюструє наслідування цокання годинника, що впливає на підсвідомість слухача:

(8) *Tik tok on the clock*
But the party do not stop, no.

Моделювання категорії часу має своїм призначенням встановлення раппорта шляхом підстроювання до поточного досвіду слухача.

Наступний приклад цікавий своєю оригінальністю, тому що автор порівнює себе з драконом і намагається імітувати його гарчання:

(9) *I'm startin 'to feel like a dungeon dragon Raah raah like a dungeon dragon.*

Моделювання загрозливого гарчання має своїм призначенням встановлення раппорта шляхом підлаштовування до поточного досвіду слухача.

Іншою сугестивною рисою сучасних пісень є заміна звуку [ŋ] звуком [n] в силу швидкого темпу пісні і неформальності тексту:

(10) *I'm gonna marry the night*
Leave nothin 'on these streets to explore.

(11) *I've had enough This is my prayer*
That I'll die livin 'just as free as my hair.

(12) *Born March of 86*
My birthday's comin '
And if I had one wish
Yeah, you'd be it.

Моделювання почуттів і бажань у цих прикладах має своїм призначенням встановлення зв'язку із слухачами та маніпулювання свідомістю шляхом підстроювання до їх поточного досвіду.

Наступною фонетичною особливістю сучасних англомовних пісень є різні скорочення. Наприклад, *around* може бути замінено на *'round* через швидкий темп мовлення:

(13) *I asked my girlfriend if she'd seen you' round before*
She mumbled somethin 'while we got down on the floor baby.

(14) *We've got to find another way*
To make the world go 'round.

Моделювання почуттів і бажань у цих прикладах має своїм призначенням встановлення зв'язку із слухачами шляхом підстроювання до їх поточного досвіду.

Таким же чином *about* замінюється на *'bout*:

(15) *(There's somethin')*
Somethin ', somethin' about this place
Somethin "bout lonely nights and my lipstick on your face.

(16) *I'm feelin 'electric tonight Cruisin' down the coast, goin 'bout 99.*

Дуже часто замість *because* використовується скорочена форма *'cause*:

(17) *"There's nothin' wrong with loving who you are"*

She said, " 'cause he made you perfect, babe".

(18) *Baby loves to dance in the dark*

'cause when he's lookin' she falls apart.

У досліджуваних прикладах (15-18) можна виділити наступні сугестивні закодовані зони:

- 1) хтось (особа, асоційована зі словом-стимулом);
- 2) що (предмет, асоційований зі словом-стимулом);
- 3) той (включає постійні (інтегральні) ознаки, що розглядаються з позиції стороннього спостерігача);
- 4) який (оцінні характеристики в рамках шкали «хороший – поганий»);
- 5) коли (часовий період, асоційований зі словом-стимулом), що загалом впливає на свідомість слухача через перенесення асоціативних реакцій звуків та слів-стимулів на власний досвід.

Проблеми фоносемантичної сугестії безпосередньо пов'язані з проблемами ритму, а звуко-ритмічний вплив вважається основою будь-якої магічно-кодової системи. Щодо римування, то найчастіше переважає стандартний набір:

- перехресна рима:

(19) *«You make me dizzy, Miss Lizzie, The way you rock'n'roll. You make me dizzy, Miss Lizzie, When we do the stroll ».*

- суміжна:

(20) *«I needed someone to love You're the one that I'd be thinking of ...».*

Внутрішня і наскрізна рима зустрічається рідко, втім, як і оперізуюча. Рими носять простий характер *man-can, hand-spend, miss-kiss* і т.д.

Всі фонетичні особливості текстів англомовних пісень підпадають під вплив музичної складової, внаслідок того, що вони так чи інакше пов'язані зі звучанням. Ритміка тексту здебільшого сприймається адресатом на

емоційному рівні. При цьому великий вплив ритмічної структури тексту на активне сприйняття людиною змісту цього тексту: ритм не тільки полегшує сприйняття текстового матеріалу, але і здатний вводити людину в трансний стан.

У рамках сугестії зміна ритмічних схем, перебивання ритму в окремих фрагментах мови також розглядається як засіб впливу на реципієнта. Так, всі фонетичні та, як наслідок, просодичні прийоми здійснюють перехід до несвідомих структур адресата.

Таким чином, найбільший сугестивний потенціал англомовних пісень міститься у фонетичних засобах, які спрямовані в основному на створення асоціативних образів і особливих рим і ритму, що сприяють легкому сприйняттю мови і передачі емоційного компонента висловлювання.

Далі розглянемо сугестію англомовних пісень в аспекті стилістики.

Слід зазначити, що всі тексти, проаналізовані нами, містять такі тропи, як: метафору, порівняння, епітети, мейозис, гіперболу, метонімію тощо. При цьому кількість тропів залежить від рівня художності аналізованого тексту.

Метафори дають можливість слухачу зрозуміти абстрактні поняття через досвід фізичного існування людини, задаючи тим самим спосіб і характер нашого бачення навколишнього світу і внутрішнього світу ліричного героя. Найявні в текстах пісень метафори можна розподілити на стерті метафори (зафіксовані в словниках) і оригінальні (індивідуально-авторські) метафори, створені уявою мовця.

Стерта метафора набула певної стійкості. Наприклад, у наступному реченні:

(21) *If I fell in love with you would you promise to be true?*

У цьому прикладі вираз *to fall in love* – став метафоричною фразою, і у перекладі має значення – закохатися. Оригінальні (індивідуально-авторські) метафори «виходять» з конкретного тексту і завжди пов'язані з ним, оскільки конотативні ознаки фокусуються тільки в рамках певного лексичного набору. Метафора і риторичне питання підсилюють сугестивний ефект,

сприяють причетності слухача, бо майже кожен так чи інакше переживав стан закоханості.

Внаслідок метафоричного перенесення відбувається проектування понятійної царини джерела на царину слухача. Однак наслідки з метафори не формулюються у явному вигляді:

Ось деякі приклади:

(22) *Flirting with suicide*, як застереження.

(23) *I'm gagged and bound*, як заклик до свободи слова.

(24) *Thickening of fear*, як застереження.

(25) *Love cuts into your mind*, як емоційний релакс.

(26) *Where life and death are up for grabs*, як застереження.

(27) *I'm top ten in the charts of pain*, заклик до співпереживання.

(28) *Love incense lives in her backroom*, як емоційний заклик.

У досліджуваних текстах пісень метафора часто виконує експресивну, «підживлюючу» функцію, надихаючи реципієнта:

(29) *Well, I talk about boys now, / What a bundle of joy!*

На другому місці за популярністю стоїть метонімія:

(30) «*She do not give the boys the eye*», «*The movement you need is on your shoulder*», у якій автор використовує частину як ціле, а у першому випадку як частина використовується *eye* – *очей*, хоча автор має на увазі те, що дівчина не дивиться на хлопців.

У піснях американського музичного гурту «Imagine Dragons» найпоширенішими структурними метафорами в пісенній ліриці є метафоричні вирази LIFE/ЖИТТЯ (23 метафори), ЛЮДИНА/PERSON (11 метафор). Корелятивними доменами метафори LIFE/ ЖИТТЯ є «подорож», «театр», «важка ноша», «колір», «страва», «сон».

Концептуальна метафора «ЖИТТЯ – це ПОДОРОЖ» є найуживанішою в досліджуваних текстах пісень і траплялася 9 разів. Наприклад: (31) *destination desolation, tell me when you reach the brink of life*; (32) *'cause I've traveled all this way for something*; (33) *that I've lost my way around*; (34) *I keep*

pushing on and on and on and on; (35) every little bit goes a little of a long way; (36) I've come too far to see the end now; (37) even if my way is wrong; (38) is it possible that I'd go for a girl in my path; (39) I'm headed for the highway home, home.

Із наведених прикладів видно, що максимальне сугестивне навантаження в них несе метафора LIFE/ЖИТТЯ, яка представлена у вигляді дороги, яку треба пройти, щоб дійти до кінця, інколи людина втрачає орієнтири на цій дорозі, збивається зі шляху або зустрічає когось і змушує себе рухатися далі. Тобто, метафора у цих прикладах є дороговказом для слухачів.

Серед орієнтаційних метафор у піснях гурту «Imagine Dragons» є такі, що надають різні просторові орієнтації, а саме: вказують на погіршення стану, рух вниз та руйнацію; вказують на напрям руху до певного місця; вказують на місце розташування; вказують на піднесення, рух вгору, появу; вказують на джерело надходження. Найбільшу кількість використань мають метафори, що вказують на погіршення стану, рух вниз та руйнацію, наприклад: (40) *one step at a time they all walk in a line down a false, false hope;* (41) *to bring a man down; but it flies to the bottom;* (42) *what a metaphoric fall.*

Аналіз метафор, що зустрічаються в текстах англомовних пісень, дозволяє зробити ряд висновків сугестивного характеру, з урахуванням того, що творчість кожного учасника несе риси його індивідуальності. Любов і емоційно-почуттєва сфера у свідомості англомовного індивіда за значущістю знаходить вираження в образі смерті; життя є або як лінія, або як дорога, або як море або океан; існує трансцендентальний світ (бог, ангели, диявол, духи); щастя за відчуттям зрівнянне польоту, відносини людей в соціумі схожі на поєдинок, гру в карти або спортивне змагання; суспільство є хвороба і зло, а мрії – благо; слова і почуття матеріальні, вони можуть поранити і вбити; щастя може бути можливим лише далеко від світу людей, де панує злість. Тобто, всі емоційні прояви в тексті пісні стають певним кодом для слухача, впливаючи на його свідомість.

Далі за кількістю використання йде епітет: (43) *Bad Boy*, (44) *big teaser, sad song* тощо), порівняння (3 з 10 випадків: (45) *like a lizard on a window pane*, (46) *free as a bird, like a little child*). Ці епітети впливають на настрої слухачів, викликають певні асоціації із власним життям.

Використання гіперболи і мейозиса в текстах сучасних англомовних пісень зустрічається рідше, ніж перераховані вище лексичні фігури (2 з 8 випадків: (47) *hair down to his knee*), гіпербола може бути виражена всіма значущими частинами мови. Вона є засобом, який посилює здатність слухача давати логічну оцінку почутому. Це досягається закликом до поділу думки: (48) «*And she promises the earth to me / and I believe her after all this time / I do not know why*», (49) «*That I will never leave her*», (50) «*By making this world a little colder*».

Логічною протилежністю гіперболи є мейозис, який підкреслює неважливості таких ознак об'єкта, як: розмір, форма, відстань: (51) «*There must be some word today from my girlfriend so far away*».

Набагато рідше за інші зустрічаються такі тропи, як оксюморон, а якщо зустрічаються, то, як правило, у назвах: (52) «*Hello Goodbye*», (53) «*the Beatles*», (54) «*Living Dead Girl*», (55) *Rob Zombie*.

У тексті пісні можна зустріти «приховані» і авторські оказіоналізми. На прикладі композиції «*Yellow Submarine*»:

(56) *We all live in a yellow submarine Yellow submarine, yellow submarine
And our friends are all aboard Many more of them live next door And the band
begins to play.*

Багато хто вважає, що ця пісня має закодований підтекст, хоча виконавці групи називали цю пісню дитячою та нешкідливою, яка не вирізняється особливим смисловим навантаженням, у той час як критики і аналітики все ще розбирають цю композицію в пошуках прихованого сенсу. Так чи інакше, існує кілька версій, що описують пісню. Перші вважають жовту субмарину місцем, у якому група знаходила спокій від шанувальників, так би мовити «підпілля / підводдя», другі вважають, що солісти групи, які

захоплювалися свого часу наркотичними засобами, присвятили композицію жовтій таблетці, а треті зовсім проводять паралелі з військовими діями у В'єтнамі. Тобто, сугестивний вплив цієї пісні залежить від особистості слухача, його власного досвіду та емоційного стану на момент прослуховування пісні.

Щодо граматики, то прикладом спонукального речення можуть служити рядки з пісні групи «Бітлз»:

(57) *Come together right now over me, Do not come around, leave me alone, do not bother me* або приклад питального речення, яке зустрічається набагато частіше (58) *When there's nobody there, what does he care?, All the lonely people, where do they all belong?*.

Така кількість наказових і спонукальних речень у текстах рок-виконавців націлена на спілкування між слухачем і виконавцем, автор намагається донести сенс, знайти споріднену душу, в той час як слухач «пропускає» через себе і знаходить щось своє.

У реченнях питального типу превалює використання звертань, займенників. Спонукальні речення характеризуються наявністю дієслів відповідного способу.

Сучасні англомовні пісні з просторіччям (побутові) схожі в навмисному пропуску слів, (еліпсис), від відсутності яких сенс не губиться і використанням скорочень, притаманних розмовному стилю:

(59) *I'm gonna let you down, And leave you flat, Because I told you before on You can not do that.*

У цьому прикладі фіксуємо лінгвістичну тенденцію використання сленгу, що виконує функцію зближення з реципієнтом повідомлення, тобто є проміжним пунктом від сприйняття повідомлення до мимовільної імплементації сугестивного впливу.

Проаналізувавши англомовні пісенні композиції, ми можемо відзначити, що всі вони несуть сугестивний потенціал, виражений фонетичними, стилістичними, граматичними засобами.

Тож, вербальні засоби сугестії в текстах англомовних пісень визначаються як режим, спосіб, характеристика відчуттів наших внутрішніх репрезентацій. У зв'язку з тим, що ми здійснюємо репрезентацію світу в нашій психіці в основному за допомогою зображень, звуків і тактильних відчуттів, існують три основні типи модальних предикатів: візуальні, аудіальні та кінестетичні.

Аналіз текстів пісень демонструє, що найбільше сугестивне навантаження закріплене за конвергенцією засобів всіх трьох типів субмодальностей в силу того, що в завдання сугестора входить забезпечення сенсорної депривації слухачів і підпорядкування їх перцепції. Сугестор домагається зниження сенсорної гостроти (усвідомлення зовнішнього світу) слухача за допомогою сенсорного опису. Як демонструють приклади, сугестор пропонує безпосередньо спостережувану і таку, що піддається перевірці за допомогою органів відчуттів інформацію одночасно на мові «бачу-чую-відчуваю», максимально охоплюючи контролем внутрішні репрезентативні системи слухача і блокуючи тим самим його подальше критичне сприйняття.

2.2. Виявлення сугестивного потенціалу вербальної образності в українськомовних піснях

Сучасна естрадна пісня генетично бере витоки з народної ліричної пісні, що відображає традиційну народну культуру минулого, яка описувала і регламентувала всі сфери життя, весь життєвий уклад соціального цілого: сім'ї, спільноти, громади, нації.

У вербальному компоненті сучасного пісенного тексту на сюжетно-подієвому, вербально-образному і концептуально-ментальному рівнях відзначаємо сугестивний потенціал, що найчастіше виявляється у стереотипності описуваних ситуацій, сюжетних ліній:

(60) *А часом коли я сам не свій, і в голові дивні думки, і на душі сумно. Згадаю я очі твої, і все стає мов навпаки, теплим таким (Океан Ельзи) – звернення до емоцій.*

(61) *Буду тінню, ти світанком будь. В моїх стінах мальви зацвітуть, і згадаю, знай наші ночі чорні, як вуаль (THE HARDKISS) – звернення до емоцій.*

(62) *За три хвилини загубився і влюбився та пропав, за три хвилини закохався і набрався твоїх чар (Друга ріка) – звернення до емоцій.*

У цьому прикладі фіксуємо лінгвістичну тенденцію використання сленгу, що виконує функцію зближення з реципієнтом повідомлення, тобто є проміжним пунктом від сприйняття повідомлення до мимовільної імплементації сугестивного впливу.

Традиційні ситуативні інваріанти в текстах: «Мрії про кохання», «Спогади про любов», «Зустріч-побачення» тощо, викликають у слухача асоціативні перенесення, що співвідносяться із власним досвідом.

Мінливість у сучасних пісенних текстах проявляється у використанні в ньому нових лексичних і синтаксичних засобів, що відображають сучасні реалії. Наприклад:

(62) *Наші не збігаються штрих-коди / (Мозгі) – вказівка на те, що не всі люди однакові;*

(63) *Я, розчиняюсь у твоїх очах, ти – моє божевілля і кохання водночас. Якщо не зможем ми іти одним шляхом удвох, землі залишимо одну тіль на крилах чотирьох (Тіна Кароль) – заклик до щирого небуденного кохання;*

(64) *Все сталося раптово, так малознайомі, але твій номер уже у швидкому наборі. Як не розумію, стала ти важлива, просто так прийшла і все змінила (Ivan NAVI) – емоційне посилення щодо кохання з першого погляду.*

Ця тема близька та знайома слухачам, тому впливає на свідомість, викликає спогади, що асоціюються із власним досвідом. У цьому прикладі

спостерігається ослаблений зв'язок між членами речення: тремтіння, (що виникло від чекання); чекання (викликане) телефонним набором.

Також спостерігається вкраплення в текст варваризмів:

(65) *Вдень – двоє, в ніч – двоє. В рейв двоє і кроси на асфальт. Тим, хто є, з ким хто є. Калюжі змиють фальш* (Антитіла) – емоційне посилення щодо взаємозалежності у справжньому коханні, яке не терпить фальшу. Сугестивний потенціал вербальної образності у пісні знаходить відгук у душах слухачів, змушує їх замислитися над швидкоплинністю молодості та життя.

На змістовно-композиційному рівні для сугестивності автори пісень включають до своїх текстів:

- елементи розповіді якоїсь «реальної» історії. Наприклад, у сучасних пісенних текстах спостерігається відрив від традиційних культурних орієнтирів. У такому тексті не визнається пріоритет загального блага над благом окремої людини, характерний для традиційної української культури і культури радянського періоду, навпаки, досягнення особистого благополуччя вважається нормою і втіленням мрії:

(66) *Не напружайся по пустякам / Воно того не варте, все буде круто; Хочу жити о... / Бабла неміряно в особняку здоровенному* (Kalush).

У сучасних текстах спостерігається зіткнення цінностей молодого і старшого покоління:

(67) *Старий клен / старий клен / Старий клен давно засох / Тому що на нього я часто пі...* (Kalush).

Такий текст відображає культурну ситуацію останніх десятиліть, коли нова культура будується не на фундаменті старої, а осторонь від неї, на купі уламків культурних елементів, що раніше вже довели свою неспроможність, відкинутих людством. Тобто, автор пісні засуджує стару систему та тогочасні порядки, закликаючи до цього слухачів.

Наступною ілюстрацією є текст пісні групи «Казка» – «Плакала», яка ввійшла до десяти найпопулярніших пісень світу. Концептуальна сфера цієї

пісні охоплює концепти «кохання» та «доля», які вербалізуються за допомогою гіперболи «*моря сліз*», епітета «*таємний знак*», метафори «*фіалка розцвіла*», «*загнав під лід, не знайду душу я*», що створює враження сумної долі, типової для кількох поколінь жінок.

Для граматичної структури пісні типовим є переважання коротких безсполучникових речень:

(68) *Зотліла ніч, зранку все стало сіре*

Знайти нові кольори мушу я

Лице умий дощем, що треба ще?.

- займенникова модель:

(69) *Я мінус Ти...*

Та знай, це гра моя, мени слів більше діла.

У тексті трапляються повтори ключових слів (*менше слів, більше діла, врятую, врятуюсь, болить, ой, болить*). У цій пісні відсутні подовжені, протягнуті звуки, протиставлені сірий та фіалковий кольори; текст є креолізованим за допомогою відеокліпу-ілюстрації, який складається з облич дівчат та жінок різного віку, які плачуть, витирають сльози і знову готові боротися з викликами долі.

Тема нещасливого кохання близька та знайома слухачам, тому моделювання почуттів і бажань у цих прикладах має своїм призначенням встановлення зв'язку із слухачами шляхом підстроювання до їх поточного досвіду.

Пісня «Змія» гурту «Vivienne Morte» із альбому «Досвід» розповідає про не досить щасливе кохання жінки, яка страждає від інфальтільності чоловіка. Лінгвостилістичні прийоми представлено метафорами:

(70) *Я змія. Я тебе покусала;*

Я кусала сама себе;

Без добра засміялася мрія;

І упала брехня на твої вії;

- антитезою:

(71) *А я не п'яна;*

- у синтаксичному плані використано низку спонукальних речень:

(72) *Підійди до мене ближче.*

Підійми мене вище,

А тоді знищ і отруї мене.

Помстися, ну! Не ведися!

Ця пісня продовжує тему нещасливого кохання, що близька та знайома слухачам, тому впливає на їх свідомість, викликає спогади, що асоціюються із власним досвідом.

Пісня «Пташечка» цього ж гурту оповідає про страждання закоханої жінки. Лінгвостилістичні прийоми представлено метафорою:

(73) *Я не дійшла, здається, зникла на межі*

Твоїх думок, твоєї вдачі.

- епітетами:

(74) *Холодний день, а я вся сталася гаряча.*

- антитезою:

(75) *Була біда, а стала музика.*

- риторичне заперечення:

(76) *А ти не плач, а ти не плач.*

- повторами:

(77) *Бо я ж не плачу, плачу, плачу, плачу,*

Плачу, плачу, плачу, не плачу.

У тексті пісні використано стилістичні прийоми антитези та лексичного повтору, з метою підпорядкування актуального сприйняття слухачами автор тексту експлуатує прихильність до реального локусу ситуації, що знайома багатьом жінкам, таким чином впливаючи на емоційний стан слухачів.

- елементи, що додають текстам пісень відтінку унікальності, що дозволяє залучити до нагальних проблем увагу слухача, наприклад, до проблем патріотизму. Цікаву тенденцію спостерігаємо в пісні «Небо над

Дніпром». Пісня виділяється з-поміж інших наявністю великої кількості власних назв: Дніпро, Рейн, Дунай, Волга, Афіни. Незважаючи на те, що тема пісні повністю завуальована за допомогою певних засобів образності, помічаємо, що наскрізною ідеєю пісні є патріотична ідея, а власні назви – засобом її вираження. Рейн, Дунай, Волга – назви річок закордонних держав, що загалом символізують держави, на території яких ці річки протікають. Вони ж порівнюються з Дніпром – головною річкою України, а звідси – самою Україною. Простеживши текст пісні, помічаємо, що автор надає перевагу Дніпру, тобто Україні:

(78) *Але я буду знати тайну твою, воду твою пити єдину....*

«Небо над Дніпром» – це єдина пісня у творчому доробку «Океану Ельзи», у якій порушено тему патріотизму, вона є прямим закликом любити свою країну.

- яскраві образи («якорі»), що маркують ідею, явище, персонаж. Наприклад, у пісні Вліад (Грушка) сугестивний вплив реалізується за рахунок використання багатозначності лексичної одиниці *грушка*:

(79) *Коли ми любилися, ти дав мені клятву,*

А як розлюбилися, назвав мене б....

У цьому випадку лексема «*грушка*» виступає в переносному значенні, передаючи семантику дівочої цноти, втраченої в результаті відносин із хлопцем. Хлопець «зриває» «*грушку*», що росте в саду, проте потім зраджує дівчину, і виходить, що її довіра до нього була марною.

Це послання залишає у свідомості реципієнта образ зраженої, зневіреної дівчини, яка прагне чистого кохання. Багато сучасних жінок пережили цей досвід, тому емоційно сприймають образи пісні як власну історію.

Проаналізуємо пісню Alyona Alyona, яку виконують Тіна Кароль та Юлія Саніна – «Вільна». Пісня «Вільна» – лірична композиція, у якій йдеться про сильних жінок. Колаборація двох українських співачок у цьому кліпі стала алегорією на головних героїнь фільму «Віддана» Аделю та Стефу. Тіна

Кароль та Юлія Саніна дуже різні не лише зовні, а й своїм стилем виконання музики, життєвими історіями та характерами. Тож у відео вони також це показали, разом і підкреслили непрості стосунки героїнь стрічки та їхні протилежні образи. Тіна Кароль назвала пісню жіночим маніфестом та жіночою мантрою про силу сестринства, і тому для неї «було важливо виконати її саме дуєтом з іншою виконавицею – сильною, талановитою, рівною».

У першому куплеті використано стилістичні прийоми контрасту, антитези та лексичного повтору, з метою підпорядкування актуального сприйняття слухачами автор тексту експлуатує прихильність до реального локусу комунікативної ситуації:

(80) *Сповільнений пульс. Розсипане зілля*
Більше я не боюсь, я вільна, вільна
На сірому тлі, що з білим так схожий
Писали «ніяк», та я зможу, зможу, зможу.

Метафоричні вислови викликають перенесення ситуації на власний досвід слухача:

(81) *Мої стіни бачили ріки сліз*
Мої стіни чули моря зі слів
В стінах зародилося моє я
Там втікали ріки в мої моря.

Сугестивний потенціал вербальної образності виявлено у концептуальній сфері цієї пісні, що охоплює концепти «воля» та «кохання», які вербалізуються за допомогою гіперболи «*ріки сліз*», епітета «*сповільнений пульс*», метафор «*в стінах зародилося моє я*», «*втікали ріки в мої моря*», що створює враження боротьби та непокори, типової для сучасних жінок. Для граматичної структури пісні типовим є переважання коротких предикативних речень (*Сповільнений пульс. Розсипане зілля*). Це своєрідний заклик до сучасних жінок бути сильними, вільними.

У приспіві використано стилістичні прийоми алітерації, контрасту, антитези та лексичного повтору, де сугестивно ключовими є фрази: *Я не боюсь. Тепер я вільна.*

(82) *Я не боюсь. Тепер я вільна*

Я вільна, вільна, вільна,

Вільна, вільна, вільна

Я не боюсь. Тепер я вільна

Я вільна, вільна, вільна,

Вільна, вільна, вільна.

У наступному куплеті використано стилістичні прийоми контрасту, антитези, епітети, метафори та лексичного повтору, що мають сугестивний вплив на слухача:

(83) *Казали «Зірвусь», казали «безсильна»*

Я цих слів не боюсь, бо вільна,

Вільна, вільна, вільна

Шукатиму шлях складний та прекрасний

Вогонь у мені не згасне, ой, не згасне.

Повторення одного і того ж вводить слухача в стан, подібний до трансу, а в момент зміни конструкції адресат різко виходить з подібного стану, оскільки вся його увага різко концентрується на наступній інформації.

Сугестивний потенціал вербальної образності цієї пісні задає тон для слухача на емоційно-сенситивному рівні, після прослуховування якої реципієнт сприймає текст уже на аналітичному рівні.

На комунікативно-стратегічному рівні можна виділити наступні стратегії і тактики сугестії в сучасних українських піснях:

- стратегія підстроювання до стану реципієнта: сугестор фіксує емоційний стан слухача і використовує комунікативну тактику емоційного приєднання:

(84) *І ви сиділи за столом, а я літав над ним...*

Далі ви замовили собі зелений чай...

Тільки чути твій жасминний і твоє «прощай».

У пісні «Дощ» образ зеленого з жасмином чаю є засобом вираження образу й натури дівчини, про яку йдеться в пісні, слухач малює у своїй уяві витончено красиву, жіночну, граціозну натуру, яка, наче пташка, легка й задовольняється чашкою зеленого жасминового чаю. Сугестор, сигналізуючи про те, що розуміє проблему й емоційний стан адресата, створює тим самим довірчу атмосферу спілкування.

З огляду на той факт, що у слухача може бути позитивна чи негативна установка на сприйняття інформації, поради або рекомендації, сугестор підіграє комунікативному партнеру:

(85) З вашими губами я став одним...

Ваші жести були так подібні на «прощай».

Сугестор, використовуючи вираз *Ваші жести були так подібні на «прощай»*, підкреслює, що недовіра дівчини, відсутність у неї установки на сприйняття інформації цілком виправдані.

У текстах пісень використовують стратегію емоційного впливу: сугестор намагається викликати певні негативні або позитивні емоції слухача: жалість, сором, злість або, навпаки, стан ейфорії, невиправданого достатку. З цією метою використовуються, зокрема:

- тактика заохочення, що виконує функцію позитивно налаштування.

Сугестор позитивно оцінює певну дію сугеренда. Так, таке висловлювання характеризує сугеренда як сильну особистість, яка покінчила з наркотиками, наприклад, у пісні «Отаман» групи Kalush:

(86) Дорогу до дому покажи

І я вернусь по ній до хати ключем за журавлями

Будь ліхтариком моїм у ночі

Світи тоді коли не бачу я там де немає світла

Як пробачать обіди ти навчи

У морі дує у паруса мої там де немає вітру.

Сугестор звертається до музики у пошуках вірного життєвого шляху, ця ситуація знайома, на жаль, багатьом молодим людям. Сугестор стверджує, що сугеренд сильний, він багато витримав і він переможе. Сугестивний ефект ґрунтується на тому, що, описуючи певний стан, можна викликати цей стан у слухача. У пісні є прямий заклик до молоді подолати наркотичну залежність.

У пісні «Не маринуй» групи Kalush сугестор, роблячи погрози своєму опоненту, визначає його вчинки як ганебні, що потребують осуду:

(87) Видимість в тумані в мене була не минула тулуб

Видима була в мені акула із намула тулим

Видно було балабола, вимова не нова

Мова видно, що забере тебе далі, таки параноя.

Приспів побудований на повторі спонукальної фрази:

(88) Ти мене не маринуй, ти мене не маринуй.

У цій пісні сугестивний потенціал вербальної образності задає тон для слухача на емоційно-сенситивному рівні, після прослуховування якої реципієнт сприймає протестний текст уже на аналітичному рівні.

- тактика підвищення рівня складності проблеми / небезпеки: сугестор не тільки підтверджує наявність проблеми (а), але і зводить її в ранг підвищеної небезпеки (б) або надає їй характеру терміновості, підкреслюючи нагальність її вирішення (в):

(89) а) Твоя кожна клітиночка вже моя

Я пливу по твоїм венам до серця

Бачу у твоєму погляді моря

Я пливу по твоїм венам до серця.

Сугестор ставить діагноз, підтверджує наявність проблеми. З огляду на активне вживання наркотиків не дивно, що з'являються перші ознаки атрофії. Потім почнуться більш серйозні проблеми, якщо ти будеш продовжувати вживати наркотики.

(90) б) З мене вибивали мою суть, нібито жінки

Вибивали біля дому килими

*По мені ходили гуртом злі язики
Я усім їм оголосила мир
Всі писали як так? Оголила своє тіло
Everybody say shame on you.*

Сугестор вказує на моральну деградацію реципієнта.

*(91) (в) Вони вижимають тебе ніби губку
Я себе наповнила вже давно
А тоді прохатимуть дати руку
В очі їм заглянь - там видніє дно
Не спіши хапати лиху пігулку
Знаю, що не легко терпіти біль
Вони вижимають тебе ніби губку
Та твердіє вже стержень у тобі.*

Стратегія прихованого програмування поведінки сугеренда передбачає використання:

- вставлених (прихованих) команд, де модус зобов'язання заміщається модусом пропозиції або побажання (можна, можете, могли б).

Так, батькам, які мають складну розмову з підлітком, замість команди: *Реагуйте спокійно і рішуче!* пропонується:

(92) Ви могли б тоді спокійно і рішуче відреагувати.

Ефективність таких висловлювань заснована на створенні ілюзії свободи вибору, а також на більшій прийнятності для реципієнтів мовних актів пропозиції та побажання, ніж наказу:

(93) Ви могли б протягом першого тижня палити 1 сигарету в день замість палити 1 пачку в день!;

- програмуючих питань, наприклад:

(94) Ви палите тривалий час, незважаючи на те, що хочете кинути курити?;

Висловлення сугестора містить дві частини. Власне питання містить лише перша частина: *Ви вже тривалий час курите?* Відповідаючи на це

питання, сугеренд автоматично визнає правомірність другої частини, що набуває характеру твердження (хочу кинути курити). Відповідь на це «питання» може звучати: *Палю давно (або Палю нетривалий час)*, незважаючи на те, що хочу кинути.

Таким чином, адресата програмують на самостійний пошук аргументів проти паління і на власне аутосугестивний процес, коли позиція сугестора і сугеренда збігається, і людина сама собі навіює певні ідеї.

Стратегія рефреймування в досліджуваному аспекті передбачає перемикання уваги сугеренда з одного елемента фрейму «проблема» на інший. Персоналізація проблеми / події перемикає увагу сугеренда з суті явища або події на його особистість, знання і досвід:

*(95) Ні, тут маємо бути перші
Ми тут самі собі не брешем...
Думаємо, перш ніж щось почати
Шукаємо причини чи винуватих
Котрі будують рамки нам та формати
Та нам все це набридло
Як треба самим краще видно....*

Деперсоналізація проблеми / події – перемикання уваги сугеренда на суть явища або сугестора – реалізується в текстах пісень через:

- номіналізацію:

*(96) Бере радість, Богом мені дана ще доба
Ще поки молоді то кохання мої ліки
Від ліків залежних тих, ніби доза моя
Також розтопилася від мого би тепла
Ми з тобою вдіті, одяг почуття.*

Сугестор констатує, що розуміння і солідарність можуть бути корисними. Відвикання від наркотиків – не простий процес.

- пасивізацією:

(97) *Ми, як хвилі, які не знають
Свого початку, свого кінця
Обіцяй, коли накриє, коли ми зникнем
Не забувати риси мого лиця.*

Сугестор вказує, що молодь потребує допомоги, а не осуду.

- розгляд ситуації з позиції сугестора:

(98) *Я часто ненавиджу школу
Та більше за все я боюся забуття
Бо, пізно чи рано всі люди стануть
Випускниками школи життя.*

На наступному рівні сугестії реалізується потенціал лексичних, граматичних і фонетичних засобів. Проілюструємо деякі з них. До власне лінгвістичних прийомів сугестивності відноситься акцентування концептів здоров'я, любов, турбота, захист, допомога тощо, а також їх наповнення новим змістом. Наприклад, у заклику відмовитися від алкоголю:

(99) *Не намагайся по пустякам
Воно того не варте, все буде круто
Погода – це не повод падать на стакан
Так як любиш липень, люби й лютий
(Лютий, лютий, лютий).*

Одним із важливих прийомів сугестивного впливу в текстах пісень є гра з референтними індексами, тобто конкретними іменниками, які специфічно позначають що-небудь у досвіді реципієнта. Уникаючи референтних індексів, сугестор використовує замість конкретного найменування проблеми (наприклад, булінг) узагальнення «проблеми зі спілкування», він замінює ім'я конкретної особистості описом «кожен потерпав від цієї проблеми» тощо:

(100) *Булінгу стоп потрібно сказати
Гіркоту цькування важко передати.*

У сучасних піснях активно використовується для номінації емоційна, експресивна лексика. Наприклад, при описі паління часто зустрічається негативно-оцінна лексика: *руйнувати, паралізувати, вбивати, масовий вбивця*. Наприклад, пісня гурту «Друга ріка»:

(101) *Нащо ти палиш, дівчинко,*

Повір, це нікого не позбавляло болю...

Кинь цигарку, кинь зруйновану долю

Приєм метафоризації дозволяє впровадити в межі уваги й зафіксувати у свідомості реципієнта нові яскраві образи, наприклад:

(102) *Цигарки пропалюють дорогу до смерті.*

Дієслово *пропалюють* позначає «смолити, обмазувати дьогтем». Образна пам'ять сугеренда здатна зберігати образ цигарок і дороги, покритої смолою, довгий час після зникнення зображення з поля зору.

Зміна модусу сугестивного висловлювання досягається за рахунок підміни модальних операторів необхідності і можливості: замість слід, повинен, зобов'язаний використовуються *можеш, можу, можливо*. Наприклад:

(103) *Ти зможеш кинути паління!*

Рекомендації, наприклад, пропонуються:

а) у вигляді питань:

(104) *Можливо, ти захочеш отримати підтримку?.*

б) з використанням дієслів у формі умовного способу:

(105) *Ми б могли обговорити це з тобою....*

в) з включенням часток можливості:

(106) *Ймовірно, Ви можете поговорити з Вашою дитиною про ці почуття?.*

Сугестивний потенціал граматики реалізується в досліджуваному дискурсі за рахунок використання асертивів і негативів. Використання фраз згоди і уникнення негативних частинок і їх похідних виконує кодуєчу функцію, дозволяє розташувати сугеренда до позитивного сприйняття логіки

і аргументів, формує внутрішнє прийняття світогляду інших людей, світу і подій.

(107) *Скажи так. Так твоєму новому життю!*

Ти ж хочеш почати нове життя? Так?.

Як показує аналіз фактичного матеріалу, продуктивним у низці випадків стає і використання негативів, наприклад, у закликах:

(108) *Немає влади диму!*

Асертивні висловлювання переважають у текстах ствердження, згоди і схвалення, а негативні висловлювання і слова *немає* і *не* – у контекстах заборони, обмеження, заперечення і несхвалення відповідно до іллокутивної сили (інтенції мовця).

Повторення слів і висловів є найбільш частотним граматичним засобом сугестії, оскільки багаторазове повторення думки, навіть такої, яка не поділяється сугерендом, досить глибоко врізається в його підсвідомість, залишає в його пам'яті мнемонічні сліди і таким чином може впливати на його почуття, думки і посткомунікативну поведінку, наприклад:

(109) *Ти мене не маринуй, ти мене не маринуй,*

Ти мене не маринуй, ти мене не маринуй

Ти мене не маринуй, ти мене не маринуй

Ти мене не маринуй, ти мене не маринуй.

На рівні синтаксису працює правило переваги зв'язкових переходів між реченнями (із сполучниками «і», «коли», «якщо», «тому що» тощо), оскільки рівний перехід від одного речення до іншого викликає непомітну зміну стану і полегшує досягнення сугестивного ефекту.

(110) *Щодня помирає три людини,*

і ти можеш змінити статистику.

Засоби кон'юнкції (так як, і) використовуються для забезпечення рівного переходу від інформування до навіювання.

З іншого боку, порушення зв'язності – висловлювання диз'юнктивного характеру, розривна комунікація, неприродні переходи або відсутність

переходів – сприймаються як «удари» і забезпечують сильну і різку зміну стану. Навмисна диз'юнкція є поштовхом до різкої зміни стану.

Так, наведений вище приклад може звучати інакше:

*...щодня помирає три людини,
зміни цю статистику. ..*

Узагальнюючи вищесказане, зазначимо, що дослідження текстів сучасних українських пісень дозволяє констатувати виявлення їх сугестивності в наборі різноманітних засобів, які включають елементи композиційної побудови тексту, що додають текстам характеру реальності, правдивості або сенсаційності, особливих комунікативних стратегіях, забезпечують сугестору можливість «підлаштуватися» до стану сугеренда, розташувати його до себе, створити установку на некритичне сприйняття трансльованої інформації і цінностей, а також власне лінгвістичні засоби і прийоми, що концентрують сугестивний потенціал лексики і граматики, що є умовою ефективного впливу на адресата українських пісень.

2.3. Експериментальне дослідження сугестивного потенціалу вербальної образності сучасних англомовних та українськомовних пісень

Основною метою проведення дослідження було з'ясування того, чи певна лінгвокультура накладає відбиток на безпосередньому сприйнятті людиною пісенного образу, і чи будуть між собою відрізнятися результати опитуваних з різних частин світу.

Основним ресурсом для проведення дослідження стало вивчення культури США та України, завдячуючи різним посібникам, науковим статтям, проте найголовнішим ресурсом задля проведення експерименту була пісня популярного рок-гурту «Imagine Dragons» «Birds». Цей твір є чудовим ресурсом задля того, щоб перевірити, наскільки відрізняється сприйняття різних кодів студентами з різних країн.

Психолінгвістичне дослідження має властивість проаналізувати мовленнєву та розумову діяльність людини у психологічних та лінгвістичних аспектах, включаючи експериментальні дослідження психологічної діяльності суб'єкта з засвоєння та використання мови як організованої і автономної системи. Тож методом проведення нашого дослідження було використання лінгвістичного експерименту. До роботи було залучено дві групи студентів віком від 20 до 25 років. Зі Сполучених Штатів Америки і України участь у дослідженні взяли 22 студенти, з яких 11 представляли США, а ще 11 – Україну.

Структура проведення дослідження була наступною. Задля того, щоб максимально забезпечити якісно проведене дослідження, ми розробили конкретну схему, за допомогою якої, крок за кроком, учасники отримували завдання. Перш за все ми представили тему і мету нашого дослідження. Далі учасникам опитування було надіслано посилання на пісню групи «Imagine Dragons» «Birds» для уважного і сконцентрованого прослуховування.

Після виконання цього кроку учасник повідомляв про готовність до наступного й останнього кроку. Надалі учасник експерименту отримував анкету, у якій є інструкція і безпосередньо саме завдання. Завдання складалось з п'яти простих запитань стосовно змісту, сенсу та головного повідомлення, яке автор залишив нам у пісні «Birds» (Додаток А).

По завершенні проведеного дослідження ми отримали певні результати у вигляді відповідей студентів двох груп. Якщо порівнювати результати двох груп між собою, то можна дійти висновку, що відмінності у відповідях є достатньо помітною.

Розглянемо перше запитання, яке сформоване таким чином: «Яким є настрій пісні?»

За підсумками відповідей на це запитання ми отримали такі результати. П'ять з одинадцяти студентів із України обрали варіант «В» – романтичний, троє обрали варіант «А» – меланхолійний, і лише двоє студентів обрали варіант «С» – сентиментальний, і тільки один студент обрав варіант «D»,

прокоментувавши його самостійно. Відтак, можна зауважити, що українські студенти із запропонованою піснею пов'язують переважно романтичні переживання, у меншості опитаних ця пісня пов'язана із переживанням меланхолійного стану чи сентиментальними спогадами, а студент, що дав власну відповідь на це запитання анкети, пов'язує цю пісню зі спогадами про смерть батька, тому що саме вона грала на радіо, коли він отримав цю сумну звістку.

Результати опитування українських студентів за цим пунктом представлені на малюнку 2.1.

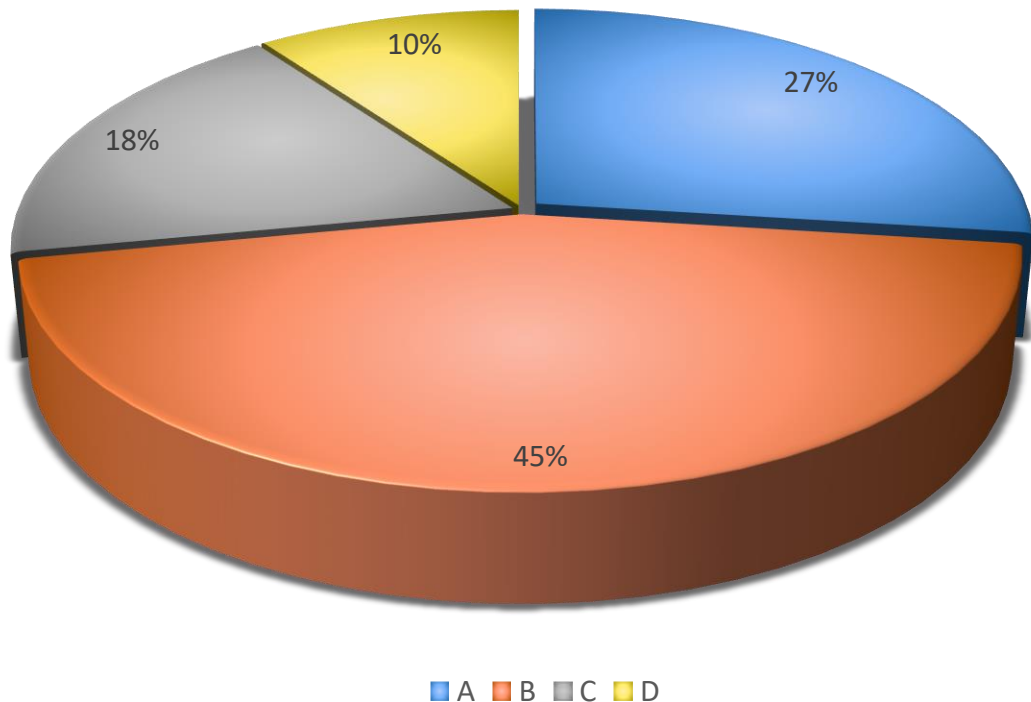


Рис. 2.1. Результати відповідей студентів з України на запитання: «Яким є настрій пісні?»

Натомість, споглядаючи результати групи студентів із США, ми бачимо протилежну картину. П'ятеро з одинадцяти студентів обрали варіант «В», троє обрали варіант «А» і так само троє обрали варіант «D», указавши власний варіант відповіді на перше запитання, варіант «С» серед американських студентів не обрав ніхто. Відтак, можна відзначити, що

переважна більшість студентів із США асоціюють запропоновану до аналізу пісню із романтичним настроєм, дещо менше студентів асоціюють цю композицію із сентиментальним чи настроєм меланхолії. Низка студентів запропонувала власні асоціативні уявлення стосовно цієї композиції, назвавши, зокрема, відчуття страху, захоплення, збудження тощо.

Результати опитування американських студентів за цим пунктом представлені на малюнку 2.2.

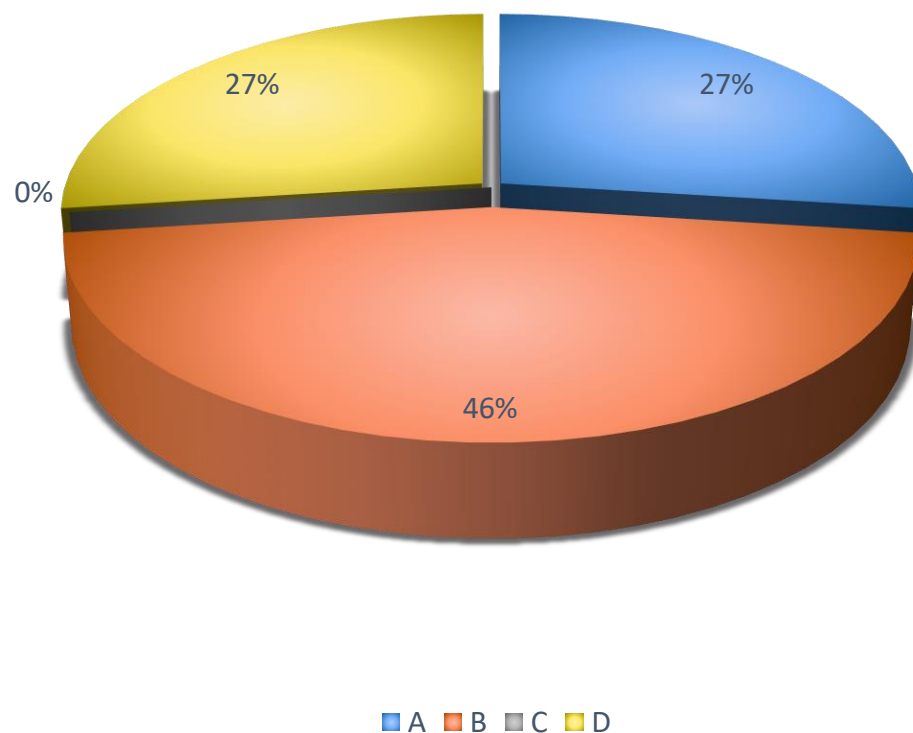


Рис. 2.2. Результати відповідей студентів із США на запитання: «Яким є настрій пісні?»

Отже, можемо відзначити таку спільну рису українських та американських студентів, що виявлена після прослуховування запропонованої пісні, як схильність асоціювати її з романтичним настроєм. На нашу думку, провідною причиною цього може бути загальна атмосфера піднесеності, що витворюється аналізованою композицією та відповідним чином впливає на реципієнтів.

Друге запитання було сформульоване таким чином: «Яка головна тема пісні?». П'ять з одинадцяти студентів з України обрали варіант «А» – кохання, і п'ять студентів обрали варіант «В» – життєвий шлях. Варіант «С» – мрії, обрав лише один студент. На нашу думку, це свідчить про те, що думки реципієнтів стосовно головної теми пісні розділилися практично порівну, і своє сприйняття пісні абсолютна більшість опитаних асоціює з такими концептами, як кохання і життєвий шлях.

Результати опитування українських студентів за цим пунктом представлені на малюнку 2.3.

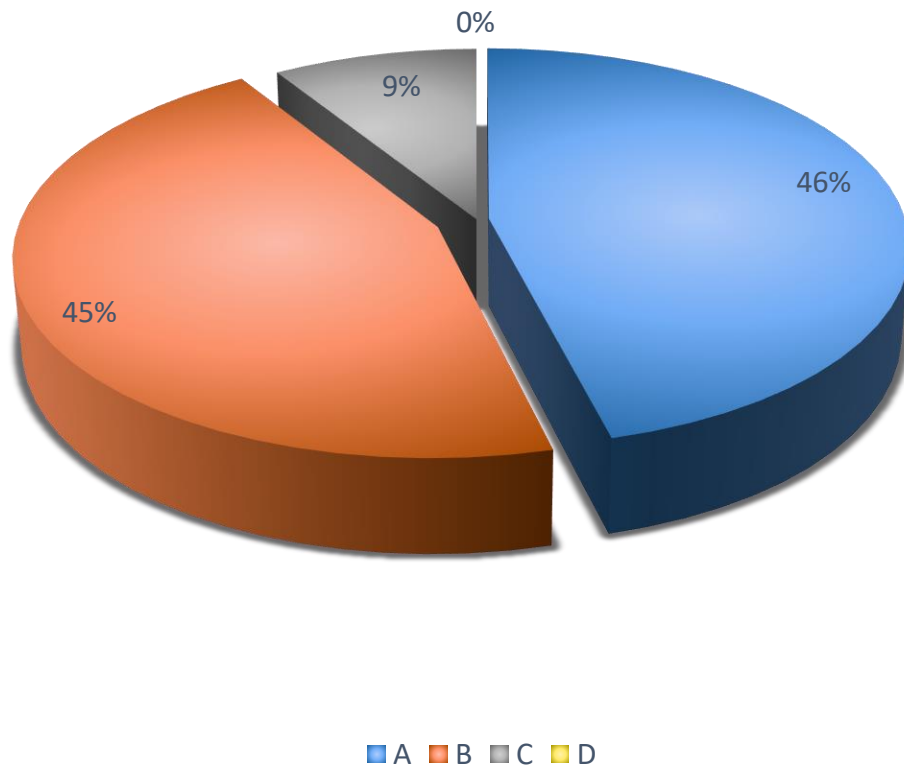


Рис. 2.3. Результати відповідей студентів з України на запитання: «Яка головна тема пісні?»

Результати опитування американських студентів за цим пунктом представлені на малюнку 2.4.

У цьому випадку спостерігаємо невеликі відмінності в обраних відповідях між українцями та американцями, тому що студенти із США зробили такий вибір: п'ятеро з одинадцяти обрали варіант «В», троє обрали

варіант «А», двоє висловили свою думку, обравши варіант «D», і лише один студент обрав варіант «С». Відзначимо, що, подібно до українських реципієнтів, американські студенти також асоціюють запропоновану пісню із роздумами про життєвий шлях, натомість, була продемонстрована менша кількість відповідей, пов'язаних із любовними асоціаціями, що, можливо, пов'язано із тим, що американські студенти все-таки є носіями мови, якою виконується запропонована пісня, тому вони здатні краще вловити її суть. Так само, як і в українських студентів, непопулярним виявився варіант «мрії», проте, на відміну від представників вітчизняних вишів, американські студенти запропонували власний варіант розуміння аналізованої пісні, що пов'язаний із вбачанням у ній реалізації концепту «свобода».

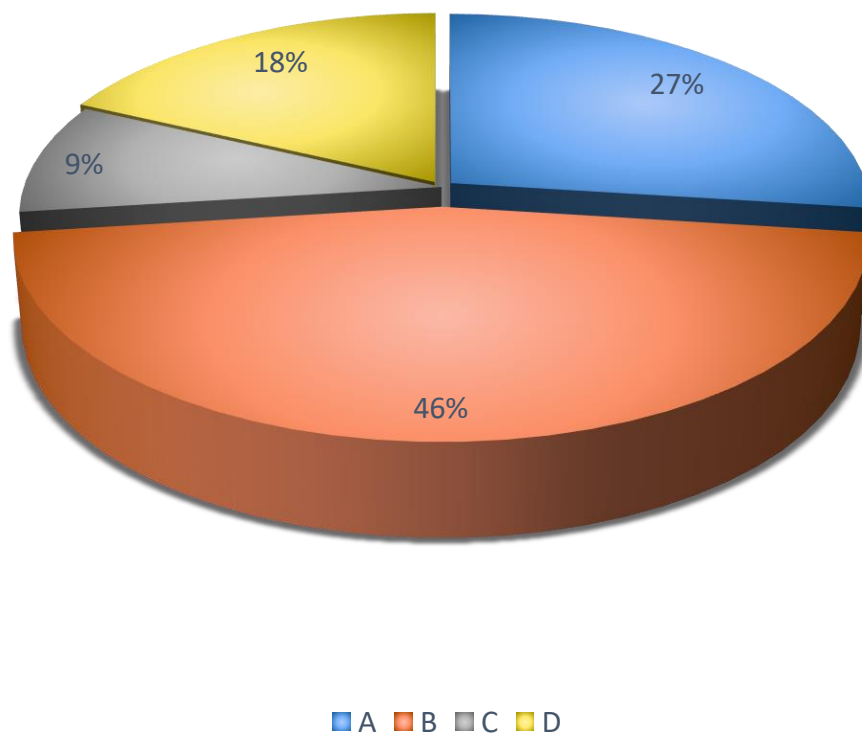


Рис. 2.4. Результати відповідей студентів із США на запитання «Яка головна тема пісні?»

Третім було запитання: «Що символізують птахи в пісні?»

Сім студентів з України обрали варіант «А» – людей, двоє обрали варіант «В» – наші мрії про майбутнє. І один обрав «С» – свободу.

Відповідно, можемо зауважити, що в українських студентів домінувальними виявилися антропоморфні асоціації стосовно центрального образу аналізованої пісні – птахів. Значно менша кількість опитаних українських студентів убачають в образі птахів символ мрій про майбутнє, а також виявляють в цьому образі ознаки такого концепту, як «свобода».

Результати опитування українських студентів за цим пунктом представлені на малюнку 2.5.

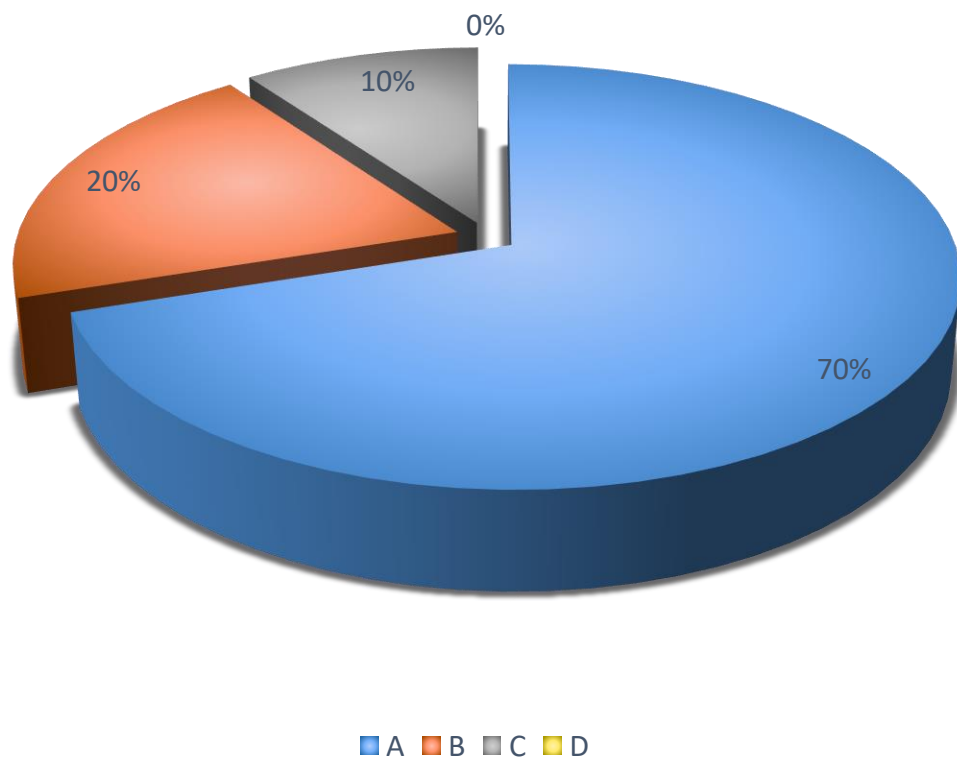


Рис. 2.5. Результати відповідей студентів з України на запитання: «Що символізують птахи в пісні?»

Натомість студенти США у своїй більшості обрали варіант «B» – шестеро людей. Двоє обрали варіант «C» та так само і варіант «D». Варіант «A» обрав лише один студент. Таким чином, серед американських студентів найпопулярнішим виявилось трактування образу птахів як символу мрій про майбутнє. Зі свободою центральний образ аналізованої пісні асоціює значно менша кількість опитаних студентів, така ж кількість студентів

запропонувала власне бачення зазначеного образу – так, зокрема, один зі студентів із птахами асоціює можливість втечі з вороже налаштованого до людей світу, а ще один студент проводить паралель між образом птахів та наркозалежних людей. Просто людей у образі птахів убачає лише один студент із США з-поміж одинадцяти опитаних.

Результати опитування американських студентів за цим пунктом представлені на малюнку 2.6.

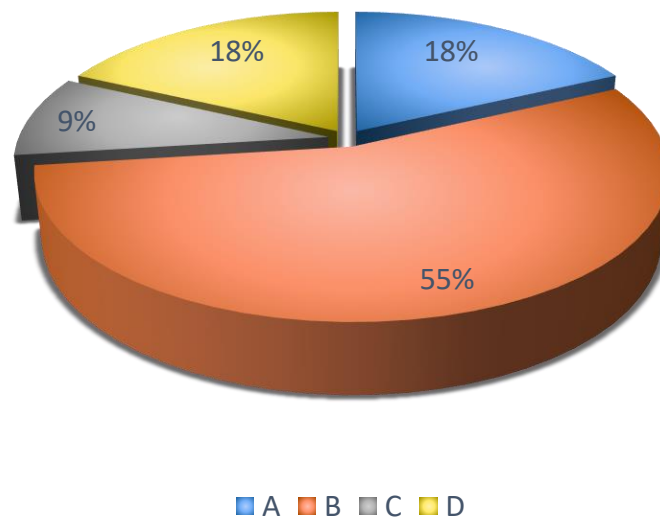


Рис. 2.6. Результати відповідей студентів із США на запитання: «Що символізують птахи в пісні?»

Отже, можемо відзначити, що в американських студентів, на відміну від українських, домінантними в рецепції центрального образу запропонованої пісні стали асоціації з мріями про майбутнє та свободою, також популярними стали пропозиції власного варіанту відповіді на запитання. Натомість, українські студенти, очевидно, занадто буквально сприйняли витворені авторами запропонованої пісні образи, не виявивши бажання аналізувати їх більш детально, шукати приховані сенси.

Четверте запитання було сформульоване таким чином: «Які образи викликає у вашій уяві пісня «Птахи»?»

Сім українських студентів з одинадцяти обрали варіант «С» – ліричні. Двоє обрали «В» – драматичні. Один обрав «D», висловивши свою думку, ще один студент обрав варіант «А» – міфічні. Отже, можна підсумувати, що для українських студентів домінантними є ліричні образи, витворювані уявою під час прослуховування аналізованої пісні, меншою мірою викликаються драматичні й міфічні образи, а один зі студентів запропонував власний варіант відповіді – трагічні (йдеться про того студента, у якого ця пісня асоціюється зі смертю батька і, відповідно, він має особисті причини сприймати її не так, як решта респондентів).

Результати опитування українських студентів за цим пунктом представлені на малюнку 2.7.

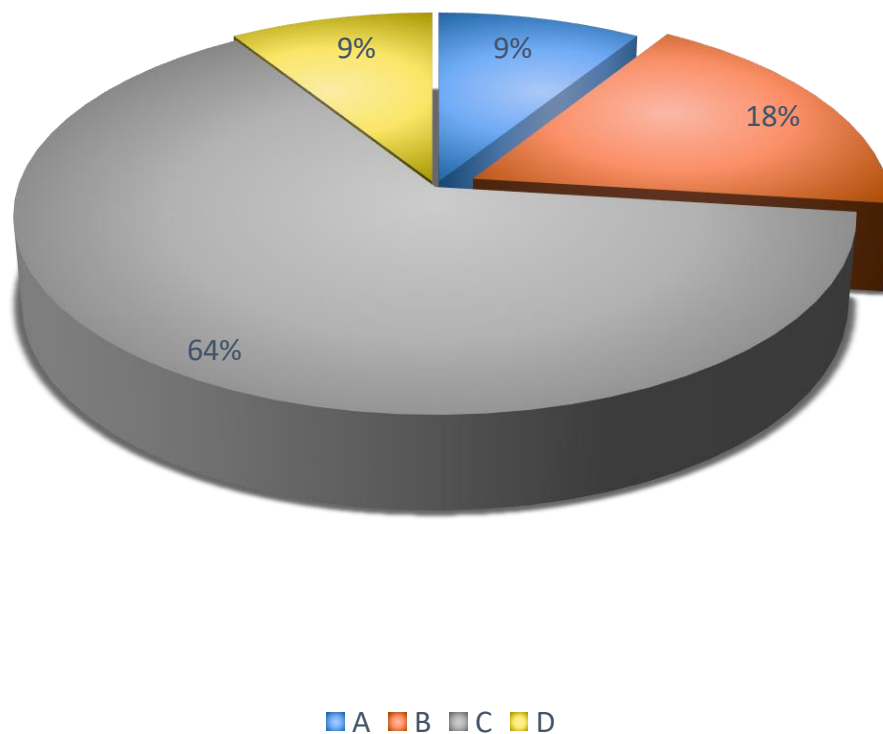


Рис. 2.7. Результати відповідей студентів з України на запитання: «Які образи викликає у вашій уяві пісня?»

Студенти із США мають абсолютно інші результати. П'ятеро з одинадцяти студентів обрали варіант «В». Троє обрали варіант «D». Двоє обрали варіант «А». Відтак, для американських студентів головним у

образному сприйнятті аналізованої пісні постає драматизм, меншою мірою образи пісні сприймаються як міфічні, архетипові чи ліричні. Цікавими були власні варіанти відповідей, запропоновані американськими студентами. Так, для одного студента образи, витворені уявою під час прослуховування запропонованої пісні, є ейфорійними, інший студент пов'язує ці образи із вивільненням свідомості, а ще один студент запропонував бачення цієї пісні як метафори боротьби за свободу.

Результати опитування студентів із США за цим пунктом представлені на малюнку 2.8.

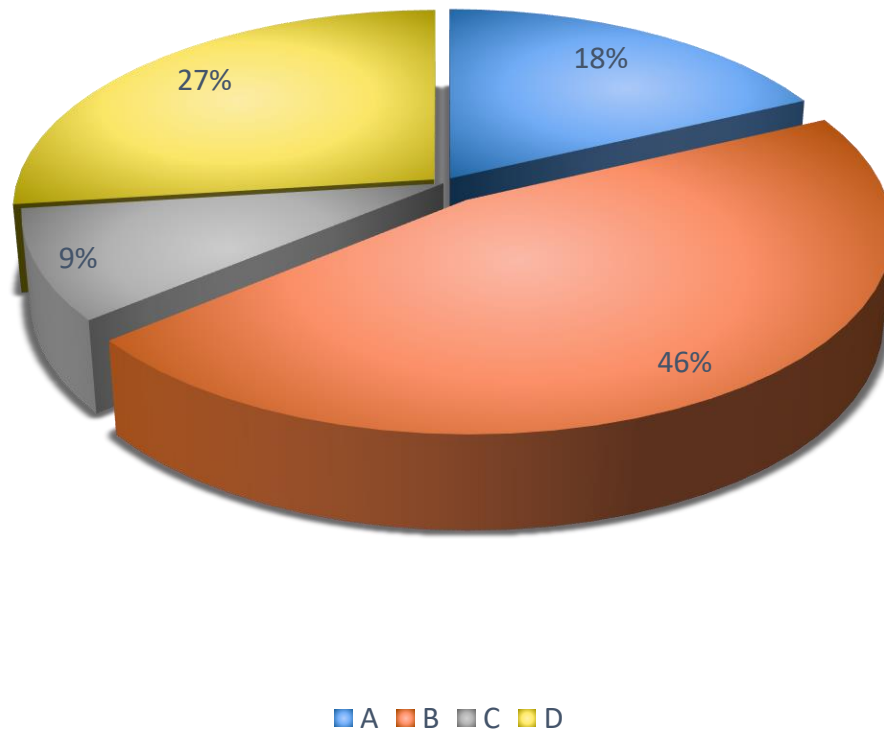


Рис. 2.8. Результати відповідей американських студентів на запитання: «Які образи викликає у вашій уяві пісня?»

Отже, спостерігаємо при відповіді на це запитання наявність суттєвих розбіжностей у сприйнятті запропонованої пісні українськими та американськими студентами. Якщо студенти вітчизняних вишів оцінюють образи, витворені авторами пісні, переважно як ліричні, очевидно, через те, що мова пісні не є для них рідною, то американські студенти переважно

виділяють глибокий драматизм композиції, а також пропонують власні варіанти осмислення її образності.

Останнє, п'яте запитання було сформовано таким чином: «Що автор пісні хоче донести до нас?» Семеро українськомовних студентів обрали варіант «В» – повідомлення про головні цінності в житті. Четверо інших обрали варіант «А» – повідомлення про те, що люди мають бути вільними. Отже, мусимо відзначити, що переважна більшість українськомовних реципієнтів запропонованої пісні зрозуміла її як настанову відносно провідних життєвих цінностей, а варіант відповіді стосовно домінування в ній закликів до вивільнення людей та важливості свободи в житті людини, на наш погляд, можна розцінювати як дещо конкретизований варіант відповіді стосовно важливості цінностей у житті людини.

Результати опитування українських студентів за цим пунктом представлені на малюнку 2.9.

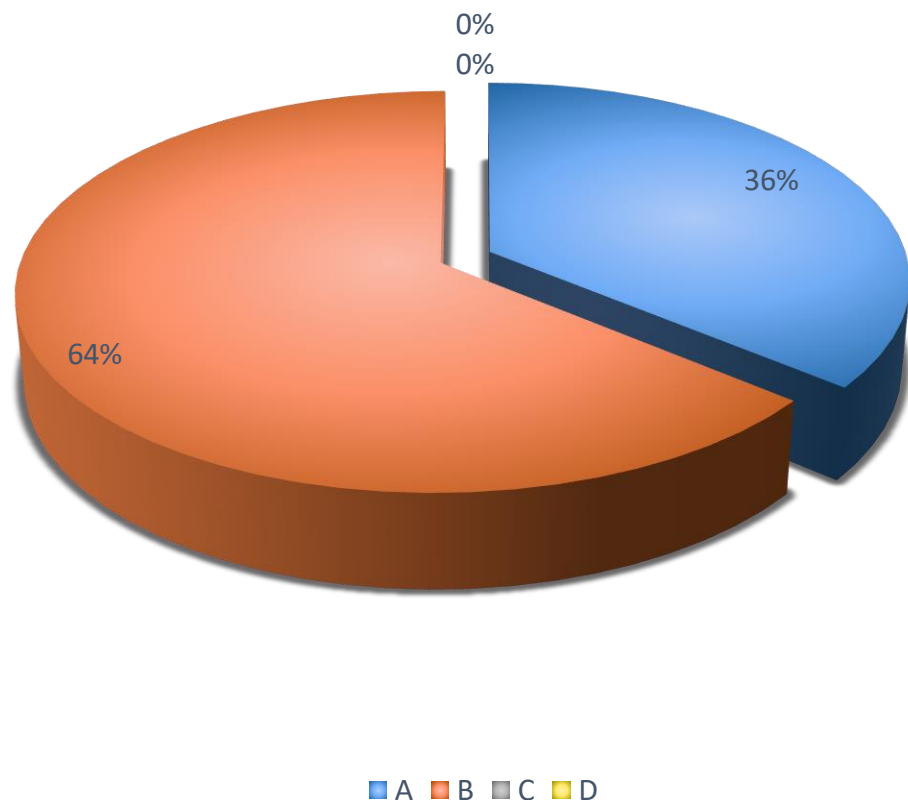


Рис. 2.9. Результати відповідей студентів з України на запитання: «Що автор пісні хоче донести до нас?»

Натомість, у групі американських студентів були отримані такі результати. П'ятеро студентів з США обрали варіант «А». Троє – «В», один «С» і двоє «D». Відзначимо, що в групі англомовних студентів із США наявне тяжіння до першого варіанту відповіді, пов'язаного із важливістю свободи в житті людини, на відміну від домінантної відповіді українських студентів стосовно важливості головних життєвих цінностей. Американці ставлять цей варіант на друге місце. Також наявні у відповідях американських студентів варіанти стосовно того, що автори пісні прагнули звернути увагу реципієнтів на те, наскільки небезпечним є світ та існування людини в ньому. Двоє студентів дали власний варіант тлумачення головного меседжу авторів пісні. Так, один із них припустив, що автори пісні закликають слухачів бути сміливішими у своїх вчинках і нічого не боятися, а інший студент із США висловив думку про те, що пісня закликає людей, що її слухають, не соромитися того, що вони пливуть проти течії, та завжди цінувати власну свободу, що дещо перегукується із найпопулярнішим варіантом відповіді на це запитання в аудиторії студентів із США, проте все-таки є власним варіантом висловлювання. Результати опитування американських студентів за цим пунктом представлені на малюнку 2.10.

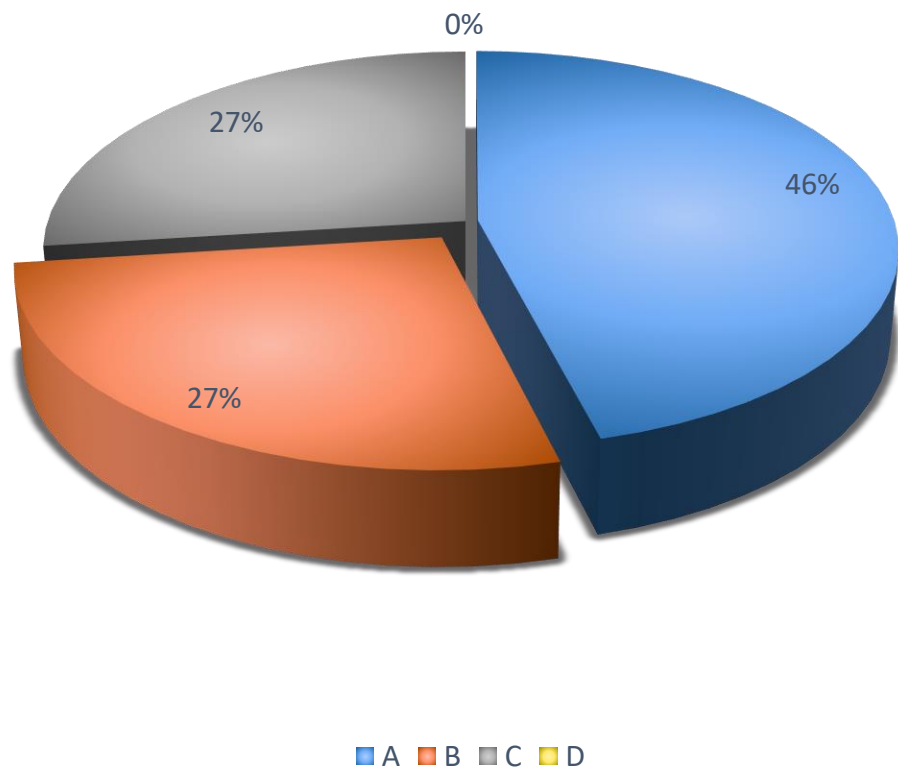


Рис. 2.10. Результати відповідей студентів із США на запитання: «Що автор пісні хоче донести до нас?»

Отже, відзначимо, що за підсумками цього запитання американські студенти також продемонстрували більшу варіативність у відповідях на нього. Тоді як в українській аудиторії відзначено домінування двох варіантів відповідей, в американській аудиторії було представлено всі варіанти, включно із власним баченням ситуації. Продемонстровано також відмінності в світобачення українців та американців. Якщо для перших головним у піснях постає ціннісний меседж, то американці тяжіють до того, щоб убачати в авторському задумі прагнення закликати реципієнтів до поглиблення внутрішньої свободи, вивільнення особистості.

Судячи з результатів дослідження, які були висвітлені вище, слід зробити висновок про те, що результати двох груп мають помітні відмінності у сприйнятті різних мультикодів (додаток Б). Причиною таких розбіжностей є гіпотеза про те, що в основі англомовної та українськомовної картини світу лежать різні образи свідомості, сформовані по-різному завдяки відмінностям

у культурі, звичаях і світосприйнятті. У ході проведення дослідження студенти були сфокусовані на словесному оформленні матеріалу, це і призвело до підтвердження того факту, що приведена вище гіпотеза є правомірною й може бути розширена й доведена в подальшому.

Наразі, у нашому сучасному світі відбувається найбільш масштабна кампанія, під назвою «глобалізація» або так звана «інтернаціоналізація» пісень. Саме це спричиняє відхід самої форми (аудіоматеріалу) на передній план, у той самий час, коли образи залишаються на другому плані і відіграють малозначущу роль у сприйнятті кодів людиною.

Висновки до розділу 2

У розділі визначено, що вербальна сугестія постає формою вербально-психологічного впливу на підсвідому, емоційну та поведінкову репрезентативні системи сугеренда, що здійснюється за допомогою арсеналу вербальних і невербальних засобів, здатних викликати в сугеренда конгруентні почуття, думки і дії без критичного аналізу вхідної інформації.

З'ясовано, що саме через рідну українськоомовному чи англomовному слухачеві вібрацію, створювану вербальними засобами, їх звучанням, смислами, логічним акцентуванням, включенням у певні лексичні та синтаксичні структури, що ієрархічно презентуються і творять певний код, здійснюється сугестивний вплив.

Визначено, що вербальні засоби сугестії в текстах англomовних пісень визначаються як режим, спосіб, характеристика відчуттів наших внутрішніх репрезентацій.

У маніпулятивних сугестіях українських пісень немає прямого втручання у підсвідомість, основне навантаження припадає, наприклад, на підпороговий акустичний чи візуальний вплив, що має хвилеву природу. Якщо хвилі кодууючої фрази або слова й основне тло маніпулятивного навантаження резонують, має місце сугестивний ефект. З огляду на це

вербальне включення має бути відповідним чином оформленим, тобто адаптованим до певних частот.

Основною метою проведення дослідження було з'ясування того, чи певна лінгвокультура накладає відбиток на безпосередньому сприйнятті людиною пісенного образу і чи будуть між собою відрізнятися результати опитуваних із різних частин світу.

Виходячи з результатів дослідження, слід зробити висновок про те, що результати двох груп мають помітні відмінності у сприйнятті різних мультикодів. Причиною таких розбіжностей є гіпотеза про те, що в основі англійської та українськомовної картини світу лежать різні образи свідомості, сформовані по-різному завдяки відмінностям у культурі, звичаях і світосприйнятті. У ході проведення дослідження студенти були сфокусовані переважно на словесному оформленні матеріалу, що й призвело до підтвердження висловленої гіпотези, отже, вона може бути розширена й доведена в подальших роботах.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Перехід від інформаційного суспільства до медійного або, краще сказати, медіатизованого суспільства відбувся через потребу сучасної людини оточувати себе всіма можливими видами мас-медіа, а також телекомунікаційними й мультимедійними технологіями. Медійне суспільство «характеризується тим, що міжлюдська комунікація має здебільшого посередницький характер; тобто це суспільство, у якому за допомогою медіа створюється своєрідна віртуальна дійсність, медійна культура; де медійна інфраструктура, зокрема телекомунікаційна, стає певною основою для ефективної діяльності та контактів у всіх сферах людського життя, у якому більшість людської діяльності організована за допомогою медійно-інформаційних технологій; інформація та знання виступають головним продуктивним чинником, а суспільний розвиток спирається на використання телеінформатики» (цит. за: Циховська, 2014, с. 49).

У житті сучасної медіатизованої людини відіграють велику роль явища як давньої культури, так і новотвори сучасної, які переважно за своєю природою є інтермедійними. У 90-ті роки минулого століття традиційне поняття «взаємодія мистецтв» змінилося на поняття «інтермедіальність», так само, як поширена «теорія впливів» набула у подальшому змін й замінена на «інтертекстуальність». З розвитком новітніх технологій з'явилося багато явищ, що виходило за межі поняття «*interart / interart relations*» (наприклад, література й музика) і потребували іншої категорії, до якої могли б увійти такі форми сучасного мистецтва, як комікси, відеокліпи, комп'ютерні ігри, реклама, нові медіа тощо. Такою галуззю стала інтермедіальність. (цит. за: Циховська, 2014, с. 49)

У сучасній лінгвістиці мультимодальність розглядається як «одна з центральних мовних категорій, під якою розуміють комплексне поєднання у висловлюванні або тексті різних кодових систем, наприклад, графіки, тексту та аудіо (звуків) з метою якіснішого представлення та отримання інформації.

Мультимодальність охоплює всі засоби, які використовуються для передачі певного значення або змісту, вивчаючи особливості відображення світу залежно від соціального досвіду мовців. Невід'ємною складовою аналізу мультимодальності в художньому тексті є аналіз процесу декодування кодів різних знакових систем читачем у ході прочитання художнього тексту на основі його соціального досвіду з метою пояснення специфіки художньої образності» (цит. за: Бурко, 2015, с. 47).

Основні теоретичні засади розгляду явища мультимодальності в тексті:

1) взаємодія модусів є основою змісту та репрезентації висловлення; взаємодія відбувається при аналізі та описі набору засобів, які формують значення та якими користуються комуніканти (розмовні, візуальні, письмові, жестикуляційні та інші) в різних ситуаціях;

2) сфера мультимодальності припускає існування певних семіотично-неоднорідних та екстралінгвальних засобів для досягнення конкретної мети;

3) сфера мультимодальності передбачає, що базою у виборі модусів для створення значення є саме ті правила, які існують у момент створення цього значення.

Вербальна сугестія постає формою вербально-психологічного впливу на підсвідому, емоційну та поведінкову репрезентативні системи сугеренда, що здійснюється за допомогою арсеналу вербальних і невербальних засобів, здатних викликати в сугеренда конгруентні почуття, думки і дії без критичного аналізу вхідної інформації.

Визначено, що для того, щоб слухачі у всьому світі прийняли співану поезію у власні комунікативно-мистецькі коди, авторам-піснярам у процесі написання твору достатньо вкупі з національною основою застосувати в піснях загальнолюдські змістотвірні маркери. Реалізації цієї мети в сучасних піснях слугує їх синтетичний характер, що є виявом інтермедіальності, характерної для мистецької взаємодії.

З'ясовано, що саме через рідну українськомовному чи англomовному слухачеві вібрацію, створювану вербальними засобами, їх звучанням,

смислами, логічним акцентуванням, включенням у певні лексичні та синтаксичні структури, що ієрархічно презентуються і творять певний код, здійснюється сугестивний вплив.

Визначено, що вербальні засоби сугестії в текстах англомовних пісень визначаються як режим, спосіб, характеристика відчуттів наших внутрішніх репрезентацій.

У маніпулятивних сугестіях українських пісень немає прямого втручання у підсвідомість, основне навантаження припадає, наприклад, на підпороговий акустичний чи візуальний вплив, що має хвилеву природу. Якщо хвилі кодууючої фрази або слова й основне тло маніпулятивного навантаження резонують, має місце сугестивний ефект. З огляду на це вербальне включення має бути відповідним чином оформленим, тобто адаптованим до певних частот.

Виходячи з мети дослідження, було з'ясовано у який спосіб певна лінгвокультура накладає відбиток на безпосередньому сприйнятті людиною пісенного образу, якою мірою відрізняються результати експерименту, проведеного з респондентами із різних частин світу.

У результаті лінгвостилістичного аналізу сучасних популярних пісень українською та англійською мовами виявлено: спільною є наявність окремих образів-символів, як-от любов, свобода, незалежність; відмінності спостерігаємо в особливостях осмислення цих концептів авторами пісень. Так, якщо для американських виконавців свобода починається, в першу чергу, зі свободи внутрішньої, з прагнення вивільнитися від негативного впливу оточення, то для українських виконавців свобода – поняття не тільки й не стільки особисте, скільки громадське. Очевидно, такі розбіжності у сприйнятті пов'язані з історичним контекстом розвитку музики в обох країнах, адже Україна має відносно коротку історію незалежного існування, і цей факт екстраполюється на зміст пісенних текстів вітчизняних виконавців.

Аналіз експериментального матеріалу, одержаного від респондентів України та США, які сприймали пісню популярного рок-гурту «Imagine

Dragons» «Birds», продемонстрував, наскільки у них відрізняється сприйняття різних кодів та образи, викликані ними. Так, наприклад, якщо для українського реципієнта головним у сприйнятті пісень постає ціннісний меседж, то американський реципієнт тяжіє до того, щоб убачати в авторському задумі прагнення закликати слухачів до поглиблення внутрішньої свободи, вивільнення особистості. Причиною таких розбіжностей є гіпотеза про те, що в основі англомовної та українськомовної картини світу лежать різні образи свідомості, сформовані по-різному завдяки відмінностям у культурі, звичаях і світосприйнятті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксенова, А.А. (2017). *Понятие объекта у Фреге, Гуссерля и Витгенштейна. Людвиг Витгенштейн: pro et contra*. Москва: Издательство РХГА.
2. Алференко, Н.А, & Пастухова, В.В. (2009). Концепт Liebe в немецком языковом сознании. *Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков*. Відновлено з: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-liebe-v-nemetskom-yazykovom-soznanii>
3. Апресян, Ю.Д. (1995). *Избранные труды* (Том I. Лексическая семантика). Москва: Языки русской культуры.
4. Аскольдов (Алексеев), С.А. (1997). *Концепт и слово. Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология*. Москва: Academia.
5. Бабушкин, А.П. (1996). *Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка*. Воронеж: Изд-во Воронежского гос. ун-та.
6. Балашова, Е.Ю. (2004) *Концепты любовь и ненависть в русском и американском языковых сознаниях*. (Дисс. канд. филол. наук). Саратовский государственный университет, Саратов.
7. Барт, Р. (2008). *Избранные работы. Семиотика. Поэтика*. Москва: Прогресс.
8. Бархударов, Л.С. (1973). *Грамматика английского языка*. Москва: Иностранная литература.
9. Борев, Ю. (2005). *Комическое*. Москва: Искусство.
10. Бурко, В. О. (2015). Мультиmodalність образів у конфесійній поезії Сильвії Плат. *Україна і світ: діалог мов та культур*. К.: Вид. центр КНЛУ, 47-49.
11. Валгина, Н.С. (2003). *Теория текста*. Москва: Логос.

12. Вежбицкая, А. (1996). *Язык. Культура. Познание*. Москва: Русские словари.
13. Вильмс, Л.Е. (1997). *Лингвокультурологическая специфика понятия «любовь»: на материале немецкого и русского языка*. (Дисс. канд. филол. наук). Волгоградский государственный университет, Волгоград..
14. Гарбар, І. О. (2019). *Вербальні маркери сугестії в сучасному американському юридичному трилері*. (Дис. канд. філол. наук). Київський національний лінгвістичний університет, Запорізький національний університет, Київ-Запоріжжя.
15. Гумбольдт, В. фон. (1984). *Избранные труды по языкознанию*. Москва: Прогресс.
16. Карасик, В. (2004). *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*. Москва: Академия.
17. Климентова, О. В. (2009). Прагматично маркований текст як складник сугестивного впливу. *Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи*, 3, 138-147.
18. Ковалевська, Т.Ю. (2012). Сугестія у сфері лінгвістичної проблематики. *Слов'янський збірник*, 17(1), 32-38.
19. Корольова, В.В. (2013). Концепт «кохання» в українській еротичній поезії. *Актуальні проблеми слов'янської філології*, 27, 202-210.
20. Красных, В.В. (2001). *Основы психолингвистики и теории коммуникации : курс лекций*. Москва: Гнозис.
21. *Краткий словарь когнитивных терминов*. (1996). Москва: Наука.
22. Кубрякова, Е.С. (1988). В: Роль человеческого фактора в языке, *Роль словообразования в формировании языковой картины мира* (с. 141-172). Москва: Наука.
23. Кузнецова, М. О. & Ходус, А. М. (2017). Англомовний пісенний дискурс у контексті лінгвокультури (на матеріалі поп-пісень ХХІ

- століття). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 29 (2), 53–56.
24. Лакан, Ж. (2009). *Семинары*. Москва: Логос.
25. Лихачев, Д.С. (1993). Концептосфера русского языка. *Изв. АН СССР*, 1, 3-9.
26. Лобова, Т.Г. (2014). Братство как концепт. *ОНВ*, 2, 33-36.
27. Максименко, О.И. & Подрядова, В.В. (2013). Поликодовый музыкальный поэтический дискурс. *Вестник РУДН*, 4, 27-37.
28. Малахова, О. О. (2015). *Естетичний код сучасної пісенної лірики (кінець ХХ – початок ХХІ століть)*. (Автореф. дис. канд. філол. наук). Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ.
29. Маслова, В.А. (2008). *Современные направления в лингвистике: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений*. Москва: Издательский центр Академия.
30. Нагибина, Е. В. (2003). *Содержательные и языковые особенности текстов современных эстрадных песен*. (Дисс. канд. филол. наук). Ярославский государственный университет, Ярославль.
31. Никифорова, Э.Ш. (2013) *Стратегии коммуникативного воздействия в аргументативно-суггестивных текстах (на примере текстов судебного дискурса английского, русского и казахского языков)*. (Дисс. канд. филол. наук). ФГБОУ ВПО ЧГУ, Челябинск.
32. Пешкова, О. А. (2019). Інтермедіальність англомовних художніх текстів ХХ-ХХІ століть: когнітивно-семіотичний аспект. (Дис. канд. філол. наук). Запорізький національний університет, Запоріжжя.
33. Плотницкий, Ю. Е. (2005). *Лингвостилистические и лингвокультурные характеристики англоязычного песенного дискурса*. (Дисс. канд. филол. наук). Самарский государственный педагогический университет, Самара.
34. Полежаева, А. Н. (2010 а). Лингвоэкологические проблемы массовой культуры (на материале современной эстрадной песни). *Лингвистика*.

- Вестник ЦМО МГУ. Филология. Культурология. Педагогика. Методика*, 3, 29-33.
35. Полежаева, А. Н. (2010 б). Современный песенный текст и формирование речевой культуры подростков. *Личность. Культура. Общество*. 1 (53 -54), 313-317.
36. Попова, З.Д. (2001). *Очерки по когнитивной лингвистике*. Воронеж: Истоки.
37. Попова, З.Д. (2007). *Когнитивная лингвистика*. Москва: АСТ: Восток - Запад.
38. Потебня, А.А. (1905). *Из записок по теории словесности: Миф и слово*. Харьков: Б.и..
39. Рыбаков, Б. (2014). *Язычество древних славян*. Москва: Академический проект.
40. Слышкин, Г.Г. (2000). *Лингвокультурные концепты прецедентных текстов*. Москва: Academia.
41. Степанов, Ю.С. (2001). *Константы: Словарь русской культуры*. Москва: Академический проект.
42. Стернин, И.А. (2001). *Методика исследования структуры концепта. Методологические проблемы когнитивной лингвистики*. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та.
43. Телия, В.Н. (1986). *Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты*. Москва: Языки русской культуры.
44. Фененко, Н.А. (2001). Лингвокультурная адаптация текста при переводе: пределы возможного и допустимого. *Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*, 1, 70-75.
45. Фрезер, Дж. (1980). *Золотая ветвь: исследование магии и религии*. Москва: Политиздат.
46. Циховська, Е. (2014). Теоретичні дилеми поняття інтермедіальності. *Слово і Час*, 11, 49-59.

- 47.Шарафутдинова, Н.С. (2008). *Теория и история лингвистической науки: учебное пособие*. Москва: АСТ: Восток-Запад; Владимир: ВКТ.
- 48.Шевченко, О.В. (2009). *Лингвосемиотика молодежного песенного дискурса (на материале английского языка)*. (Дисс. канд. филол. наук). Волгоградский государственный университет, Волгоград.
- 49.Шелестюк, Е.В. (2009). *Речевое воздействие: онтология и методология*. (Дисс. д-ра филол. наук). ЧГУ, Челябинск.
- 50.Шведова, И.Р. (2011). Музыкальный дискурс как актуализация эзотерического. *Язык и межкультурная коммуникация*, 3, 115–120.
- 51.Щерба, Л.В. (1974). *Языковая система и речевая деятельность*. Москва: Психология.
- 52.Юнг, К.Г. (2010). *Очерки по психологии бессознательного*. Москва: «Когито-Центр».
- 53.Bateman, J. (2014). *Text and Image: a Critical Introduction to the Visual*. London; New York : Routledge.
- 54.Bazerman, C. (2003). *Intertextuality: How Texts Rely on other Texts*. NJ: Lawrence Erlbaum.
- 55.Bazerman, C., & Prior, P. (2003). *What Writing Does and How it Does it. An Introduction to Analysing Texts and Textual Practices*. London; New Jersey : Lawrence Erlbaum.
- 56.Beardon, C. (2000). *IconText: An Exploration of the Limitations of Icon. Iconic Communication*. Bristol: Intellect Books.
- 57.Becker, L. (2000). *Visual Inter Lingua. Iconic Communication*. Bristol: Intellect Books.
- 58.Bell, A. (2007). *Text, Time and Technology in News English*. London : Routledge.
- 59.Bell, A. (1996). *The Language of News Media*. London: Blackwell Publishers Ltd.
- 60.Berger, A. A. (2012). *Seeing is Believing: An Introduction to Visual Communication*. London: McGraw-Hill Education.

61. Berger, A. A. (1984). *Signs in Contemporary Culture. An Introduction to Semiotics*. New York; London : Longman.
62. Bergstrom, B. (2008). *Essentials of Visual Communication*. NY: Publishing Ltd.
63. Bezemer, J. (2014). *Multimodal Transcription: a Case Study. Interactions, Images and Texts: a Reader in Multimodality*. Berlin : De Gruyter Mouton.
64. Bezemer, J. (2008). *Silent Communication in the Multilingual Classroom*. Essen..
65. Bezemer, J., Cope, A., & Kress, G. (2014). Holding the Scalpel: Achieving Surgical Care in a Learning Environment. *Journal of Contemporary Ethnography*, 43 (1), 38–63.
66. Bezemer, J., & Kress, G. (2015). *Multimodality; Learning and Communication. A Social Semiotic Frame*. London : Routledge.
67. Bezemer, J., & Kress, G. (2008). Writing in Multimodal Texts: a Social Semiotic Account of Designs for Learning. *Written Communication*, 25 (2), 166–195.
68. Goban-Klas, T. (2005). *Spółeczeństwo medialne*. Warszawa: WsiP.
69. Punzi, M. (2007). Literary Intermediality: an Introduction. *Literary Intermediality. The Transit of Literature Through the Media Circuit*. Bern: Lang, 9-27.
70. Schröter, J. (2012). Four models of intermediality. *Travels in Intermedia[lity]: Reblurring the Boundaries*. Dartmouth: UPNE, 15-36.
71. Valovic, T. (2000). *Digital mythologies: the hidden complexities of the Internet*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
72. Wasilewska-Chmura, M. (2011). *Przestrzeń intermedialna literatury i muzyki: muzyka jako model i tworzywo w szwedzkiej poezji późnego modernizmu i neoawangardy*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
73. Wolf, W. (1999). *The Musicalization of fiction: a study in the theory and history of intermediality*. Amsterdam; Atlanta, GA: Rodopi.

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

74. Бусел, В. Т. (Ред.). (2005). *Великий тлумачний словник сучасної української мови*. Київ; Ірпінь: Перун.
75. Данилюк, І. (2008). *Сучасний словник іношомовних слів для середньої і вищої школи*. Донецьк: БАО.
76. Селіванова, О. (2006). *Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія*. Полтава: Довкілля-К.

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

77. Время и стекло (2021). *Так випала карта*. Відновлено з: <https://www.youtube.com/watch?v=GTkOq-w-8F8>
78. Друга Ріка (2021). *Сьомий день*. Відновлено з: <https://www.youtube.com/watch?v=wtHdQDv9ZgQ>
79. Казка (2021). *Плакала*. Відновлено з: <https://www.youtube.com/watch?v=5Fv19KVVya8>
80. Океан Ельзи (2021). *На небі. Зелений чай*. Відновлено з: https://maximum.fm/novini_t2
81. Потап & Настя Каменських (2021). *Хуторянка*. Відновлено з: <https://www.youtube.com/watch?v=MoVfs59SIVQ>
82. Стасік (2021). *Ніж*. Відновлено з: <https://slukh.media/new-music/stasik-nizh-video/>
83. Тіна Кароль & Юлія Саніна (2021). *Вільна*. Відновлено з: <https://www.youtube.com/watch?v=uUYNCeYOqus>
84. Тіна Кароль (2021). *Твої гріхи*. Відновлено з: https://maximum.fm/novini_t2
85. *Тексти пісень Гвен Стефані* (2021). Відновлено з: http://goodsongs.com.ua/artist65_gwen-stefani.html.
86. *Тексти пісень Крістіни Агілери* (2021). Відновлено з: <http://perevod-tkfst-pesni.ru/christina-aguilera/>.

87. *Тексти пісень Леді Гага* (2021). Відновлено з: <http://perevod-tekst-pesni.ru/lady-gaga/>.
88. *Тексти пісень Топі Амос* (2021). Відновлено з: <https://www.youtube.com/watch?v=9ipCKIxdHTs>
89. *Тексти пісень Аделе* (2021). Відновлено з: <https://www.bravolyrics.ru/adele>.
90. *Тексти пісень Jessie J.* (2021). Відновлено з: http://goodsongs.com.ua/artist2757_jessie-j.html.
91. *Тексти пісень Jessie J* (2021). Відновлено з: <https://www.youtube.com/watch?v=qMxX-QOV9tI>
92. *Тексти пісень Nicki Minaj* (2021). Відновлено з: https://en.lyrsense.com/nicki_minaj.
93. *Beyoncé* (2021). *Переводы и тексты песен.* Відновлено з: <https://en.lyrsense.com/BEYONCE>.
94. *Fantasy Monique Barrino* (2021). Відновлено з: https://www.youtube.com/watch?v=e265_NvKvRQ
95. *Imagine Dragons Lyrics* (2021). Відновлено з: <https://www.azlyrics.com/i/imaginedragons.html>.
96. Kalush (2021). *Не напружайся.* Відновлено з: <https://pisni.ua/kalush-ne-napriahaisia>
97. *Katy Perry* (2021). *Переводы и тексты песен.* Відновлено з: https://en.lyrsense.com/Katy_Perry.
98. *Ke\$ha* (2021). *Tik Tok* Відновлено з: <https://www.youtube.com/watch?v=iP6XpLQM2Cs>
99. *Lana Del Rey* (2021). *This Is What Makes Us Girls.* Відновлено з: <https://www.youtube.com/watch?v=8Ua-RXIP3Qg>
100. *Nicki Minaj* (2021). *Roman's Revenge.* Відновлено з: <https://www.youtube.com/watch?v=akgmNWBITAQ>
101. *No Doubt* (2021). *Do not Speak.* Відновлено з: <https://www.youtube.com/watch?v=TR3Vdo5etCQ>

102. P. PAT & YUKO (2021). *Bliad (Hrushka)*. Відновлено 3:
<https://www.youtube.com/watch?v=Rf15xCcnIBg>
103. P. Smith (2021). *Evolution*. Відновлено 3:
<https://www.youtube.com/watch?v=0eVBxMA4Hc0>
104. The Beatles (2021). *Come Together*. Відновлено 3:
<https://www.youtube.com/watch?v=45cYwDMibGo>
105. The Beatles (2021). *Yellow Submarine*. Відновлено 3:
https://www.youtube.com/watch?v=m2uTFF_3MaA
106. The Pussycat Dolls (2021). *Hush Hush*. Відновлено 3:
<https://www.youtube.com/watch?v=3BBsF7VIQyo>
107. Vivienne Morte (2021). *Пташечка*. Відновлено 3:
<https://pisni.ua/vivienne-mort-ptashechka>
108. Vivienne Morte (2021). *Змія*. Відновлено 3:
<https://pisni.ua/vivienne-mort-zmiia>

RÉSUMÉ

The work is devoted to the actual issue of linguistics – identifying the suggestive potential of verbal imagery in modern English-language and Ukrainian-language popular songs.

General theoretical aspects of studying modern popular songs as a synthetic artistic genre are outlined

Aspects of song study in the unity of verbal, auditory and visual modes of perception are determined, which is important for studying the image as a multicomponent multimodal integrity.

It is found that modern popular songs have a significant potential for studying the peculiarities of the influence of multicomponent complex images on the emotional sphere of a person, which represents a new view of suggestibility as a special ability of art to cause powerful emotional reactions.

It is established that listeners all over the world accept the sung poetry into their own communicative and artistic codes, and it is enough for songwriters to use universal content-forming markers in their songs together with the national basis in the process of writing a work. The realization of this goal in modern songs is served by their synthetic character, which is a manifestation of the intermediality characteristic of artistic interaction.

It was found out that the suggestive influence of a song on a Ukrainian-speaking or English-speaking listener is carried out by various verbal means, their sound, meanings, logical accentuation, inclusion in certain lexical and syntactic structures that are hierarchically represented and create a certain code.

As a result of linguistic and stylistic analysis of modern popular songs in Ukrainian and English, common (the presence of separate images-symbols, such as love, freedom, independence) and declension (features of understanding these concepts by songwriters) were revealed. It was found out, in particular, that for

American performers, freedom begins, first of all, with internal freedom, with the desire to free themselves from the negative influence of the environment, and for Ukrainian performers, freedom is not only and not so much personal as public. The revealed differences in perception are related to the historical context of the development of music in both countries, in particular, the fact of the formation of Ukraine as a young independent state is extrapolated to the content of song texts of domestic performers.

The analysis of experimental material obtained from respondents from Ukraine and the United States who perceived the song of the popular rock band "Imagine Dragons" "Birds", represented the national and cultural specifics of the perception of various codes and images. It was found out that for the Ukrainian recipient, the main thing in the perception of songs is a value message; for the American recipient, it is a call for listeners to deepen their inner freedom and release their personality. The reason for such discrepancies lies in the fact that the English-language and Ukrainian-language picture of the world is based on different images of consciousness formed by the specifics of each culture.

Key words: code, imagery, intermediality, multimodality, song, suggestion.

ДОДАТКИ***Додаток А***

Анкета дослідження

You have just listened to the song «Birds», which written by the band «Imagine Dragons». Now here is a questionnaire that contains certain questions about the song. Your task is to give a frank answer based on your own thoughts.

Test

Multiply Choice

1. What is the mood in the song?
 - a) Melancholic;
 - b) Romantic;
 - c) Sentimental;
 - d) Your variant: _____
2. What is the main theme of the song?
 - a) Love;
 - b) Life path;
 - c) Dreams;
 - d) Your variant: _____
3. What do the «birds» symbolize in the song?
 - a) People;
 - b) Our dreams for the future;
 - c) Freedom;
 - d) Your variant: _____
4. What images does the song «birds» evoke in your imagination?
 - a) Mythical;
 - b) Dramatic;
 - c) Lyrical;
 - d) Your variant: _____

5. What does the author of the song want to convey to us?

- a) A message that the people should be free;
- b) A message about the main values in life;
- c) A message about danger of this world;
- d) Your variant: _____

Додаток Б

Узагальнені результати експериментального дослідження

Таблиця Б.1

№	Текст запитання	Студенти з України				Студенти з США			
		А	В	С	Д	А	В	С	Д
1.	What is the mood in the song?	27%	45%	18%	10%	27%	46%	0%	27%
2	What is the main theme of the song?	46%	45%	9%	0%	27%	46%	9%	18%
3	What do the «birds» symbolize in the song?	70%	20%	10%	0%	18%	55%	9%	18%
4	What images does the song «birds» evoke in your imagination?	9%	18%	64%	9%	18%	46%	9%	27%
5	What does the author of the song want to convey to us?	36%	64%	0%	0%	46%	27%	27%	0%