

КОМУНІКЕМИ-СЛЕНГІЗМИ В УКРАЇНСЬКОМОВНІЙ МУЛЬТИПЛІКАЦІЇ

У статті розглянуто стилістичні та семантичні особливості лексико-фразеологічних комунікем у сучасних мультиплікаційних фільмах для дітей. Зазначено, що сленгові одиниці в таких текстах – це один із маркерів сучасної екранної творчості. Обґрунтовано виділення поняття комунікеми як мовно-культурного стереотипу (слова, словосполучення, фраземи), пов'язаного з автоматичною вербалізацією в конкретних мовних ситуаціях. Підкреслено, що в мультиплікаційних діалогах спілкування зазвичай неформальне, тому пріоритетними для вибору є саме комунікеми-сленгізми. Зауважено, що для таких мовних одиниць характерна лаконічність та інформативна змістовність, завдяки чому вони стають невід'ємним складником комунікативного акту, привертаючи увагу і сприяючи кращому порозумінню співрозмовників. Уперше в українській лінгвістиці дослідження комунікем-сленгізмів здійснено на матеріалі сучасної українськомовної мультиплікації. Запропоновано класифікацію комунікем за функціональними (фатична, інформаційна, волюнтативна функції) параметрами.

***Ключові слова:** комунікема; мова мультфільму; мовно-культурний стереотип; ситуативний мовний стереотип; ситуативна функція; комунікема-сленгізм; фатична функція; інформаційна функція; волюнтативна функція.*

Постановка проблеми. Суттєві зміни в ставленні до літературного стандарту, норм спілкування за останні 20 років змушують лінгвістів, психологів, педагогів акцентувати увагу на зниженні реєстрів спілкування на всіх рівнях життя. За поняттями «колоквіалізація», «оралізація» ЗМІ часто постають процеси вульгаризації, сленгізації екранної комунікації. Один із її різновидів – мультиплікація для дітей та дорослих. Багатьох дослідників привертають питання насамперед культури комунікації, пропагованої в стилізованих ситуаціях спілкування в дитячій мультиплікації. Адже сучасні діти більшу частину вільного часу дивляться телевизор або граються в комп'ютерні ігри. Отже, не можна залишати поза увагою такий жанр кіномистецтва, як дитячий мультиплікаційний фільм: саме через мультфільми діти засвоюють нову лексику, копіюють манеру поведінки персонажів.

Сленгові одиниці в дитячих мультфільмах – це один із маркерів сучасної екранної творчості. Їх пропонуємо кваліфікувати як комунікеми, що виконують не лише фатичну, а й номінативну, інформаційну та оцінну функції. Допоки в українській лінгвістиці немає спеціальних досліджень, присвячених вивченню комунікем-сленгізмів на матеріалі сучасної українськомовної мультиплікації.

Матеріал дослідження – тексти сучасної українськомовної мультиплікації, а саме: мультиплікаційні фільми «Аладдін» (далі – А), «Веселі ніжки» (далі – ВН) «Геркулес» (далі – Г), «Губка Боб» (далі – ГБ), «Зоряні війни» (далі – ЗВ), «Історія Іграшок» (далі – І), «Льодовиковий період» (далі – ЛП), «Монстри на канікулах» (далі – МНК), «Мулан» (далі – М), «Нікчемний Я» (далі – НЯ), «Панда кунг-фу» (далі – ПКФ), «Подорож до Атлантиди» (ПДА), «Підводна братва» (далі – ПБ), «Спайдермен» (далі – С), «Тачки» (далі – Т), «Футурама» (далі – Ф).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сленг – одне із найскладніших і найцікавіших явищ у мові. Поняттєвий зміст терміна «сленг» досі викликає дискусії серед лінгвістів. Приймаємо академічне визначення: «1) термін, що донедавна в українському мовознавстві зрідка вживався в тому самому значенні, що і жаргон (переважно щодо англійських країн); 2) інтержаргонне явище; не маючи чітко окреслених меж, він

уживається в значенні особливостей мовлення чималих верств носіїв мови, пов'язаних не лише груповою, корпоративною спільністю, а й просторовою, наближаючись до просторіччя, хоча сленг використовуються не лише людьми, недостатньо обізнаними з нормами літературної мови, а й особами, які ними володіють, – для підсилення експресивності висловлення» [1, с. 608]. Увага до сленгових одиниць не лише в розмовному, а й художньому, публіцистичному дискурсах, не вщуає (Л. О. Ставицька [2], Л. І. Мацько [3], Т. М. Кондратюк [4], П. М. Грабовий [5], О. С. Фурса [6; 7], Ерік Патридж [8] та ін.).

Саме в мові мультиплікаційних фільмів широко представлені лексико-фразеологічні комунікеми-сленгізми, які виконують функцію засобу стилізації усності й розмовності. Називаємо такі причини актуалізації сленгу в мові персонажів мультфільмів (це, фактично, відповідає й загальномовним причинам сленгізації комунікації): 1) надання висловленню оригінальності, реалізація бажання бути смішним, «своїм» у соціальній групі, зазвичай, серед осіб молодого віку. Через те стилізовані діалогічні ситуації мають відтінок фамільярності; 2) прагнення персонажів мультфільмів бути особистістю, бути модним, привертати увагу інших; 3) бажання героїв мультфільмів підтримувати свій соціальний статус перед «однолітками»; 4) прагнення персонажів-мовців до неологізації; 5) економія мовних зусиль.

Саме в текстах мультфільмів активні сленгізми у формі однослівних найменувань і лексико-фразеологічних єдностей – комунікем, що виконують функцію засобу стилізації усності й розмовності. Вони допомагають відтворити природність сучасного мовного середовища, невимушені стосунки між персонажами, спроектувати екранну реальність на життєву і навпаки.

Поняття «комунікема» почало функціонувати нещодавно. Більшість досліджень здійснено на матеріалі текстів художньої літератури (В. Ю. Мелікян [9], А. В. Чугуй [10]) та мовлення школярів (О. Н. Хаванська [11]).

У своєму дослідженні послуговуємося поняттям-терміном «комунікема» зі значенням комунікативної непередикативної одиниці синтаксису, що тотожна слову або поєднанню слів. Вона є граматично неподільною, нерозчленовано виражає певний непоняттєвий зміст (тобто не дорівнює судженню), не відтворює структурних схем речення. Комунікема лексично непроникна, поєднуючись з іншими висловлюваннями в тексті, виконує в ньому реактивну, волюнтаривну, емоційно-оцінну, естетичну та інформативну функції [9, с. 68].

Мета статті – дослідження структурних і функціональних типів комунікем-сленгізмів у сучасній українськомовній мультиплікації.

Виклад матеріалу. Матеріал дослідження засвідчує, що частина комунікем-сленгізмів виконують фатичну функцію, тобто ці одиниці допомагають ініціювати діалоги, установити контакти між співрозмовниками. Йдеться про усталені лексико-фразеологічні єдності, формули, орієнтовані на вживання в ситуаціях привітання й прощання. Таку функцію виконують варваризми. Якщо комунікема-сленгізм *бонжур* має давнішу традицію вживання (Грю: *Бонжур, посіпаки. Дякую вам (НЯ)*), то *хеллоу* стало поширеним в останні 20 років (Боб: *Хеллоу, друзі, радий вас тут усіх бачити (ГБ)*);

У такому вживанні також засвідчено варваризми (італійського, французького походження), що мають свою традицію в усній побутовій сфері: Сквідвард: *Геть звідси!* (Викидає Боба через вікно) Боб: *Чао! Зустрінемося на відкритті (ГБ)*; Механік: *Ми кидаємо вас, пане голово. Блискавка: Хо, хо, хо. Добре. Йдіть. Ха-ха. Хіба ж я знайду мастаків, що вміють бензин заливати? Ад'є, Чак (Т).* Пінгвін: *Та їх же ціла зграя.* Пінгвін 2: *Вони запанують над світом.* Ловелас: *Адіос, аміго (ВН).*

Такі комунікеми-сленгізми не засвідчені в тлумачних словниках, хоча відомі більшості освіченого населення, побутують в усній практиці. У мультиплікаційних діалогах, як і в реальній українськомовній комунікації, вони не співвіднесені з тим національним мовним середовищем, звідки вийшли у світову практику. Отже, їхня

сленгова функція незаперечна: комунікеми-сленгізми у фатичній функції маркують неофіційність стосунків між співрозмовниками, надають ситуаціям епатажності, фамільярності й невимушеності.

Аналізуючи питальні комунікеми, засвідчуємо, що комунікеми-сленгізми мають різну структуру – одно- (Телеведуча: *Упливли? Точно упливли? Стопудово?* [2, с. 281: Стопудово, мол. Стопроцентно, обов'язково] *Чудово* (ПБ)), двоскладову (Графиня: *Бендере, мені байдуже чи є в тебе гроші. Я люблю тебе за твій штучний розум і за стимулятор щирості.* Бендер: *Чесно? Без балди?* [4, с. 45: Без балди. Серйозно, не шуткуючи] (Ф); Мені: *Ти – помилка матері-природи, ти в курсі?* [4, с. 71: В курсах бути. Мати інформацію, бути в курсі] (ЛП).

У сучасній мультиплікації зафіксовано широкий спектр інформаційних функцій комунікем-сленгізмів. У стилізованих діалогічні ситуаціях засвідчено такі мовно-культурні стереотипи:

а) згоди: Філ: *Та годі! Ти героєм хочеш стати? Багатьох я тренував на цю роль. Я і досі як здаю, болить мені у серці. Але сину Зевса я відповім з усякою прямою. Я скажу окей* [2, с. 247: Окей. Від англ. абрив О. К. – “добре”, “гаразд”] (Герк);

б) заперечення: Павук: *О ні, ні, ні, ні, ні. Я не хочу бути членом команди. Нік: Це не команда – це програма. Дозволь, я тобі все поясню.* Павук: Ні, **ноу** (з англійської мови), **найн** (з німецької мови), **не** (суржикізм), **дзуськи, нізацо** (С);

в) відмови: Геркулес: *Мені потрібна твоя допомога. Я хочу стати героєм, справжнім.* Філактет: *Тут я нас* [4, с. 223: Пасувати. Ухиляйтесь від чогось], *вибач.* Геркулес: *Чекай, вибач, це чому?* (Г);

г) упевненості: Езра: *Зеб там уже давно. Ти впевнений, що він повернеться?* Кен: **На всі сто** (ЗВ);

д) констатація факту разом з вираженням емоційного ставлення до ситуації. Такі комунікеми-сленгізми за походженням є або еліптичними синтаксичними одиницями (Султан: *Стража! Стража! Хапайте його! Яго: Ну все! Капець!* [4, с. 155: Капець. зниж. Кінець; дуже погано] **Торба!** [4, с. 291: Торба. Безвихідна ситуація, кінець]; або відфраземними трансформаціями: Павук: *Я піду.* Сем: *Дзуськи, ти свій шанс провтикав* [4, с. 255: Провтикати. Прогавити, втратити шанс]. *Тепер моя черга* (ЛП); Султан: *Викопайте могилку на двох, бо нам тепер гайки* [2, с. 99: Гайки, мол. Кінець, безвихідна ситуація] (А); Пірат: (розгортає книгу) **Ніфіга собі** [4, с. 305: Фіг, вульг. Нічого. Ні фіга – Ого, оце так]. *Бібліотечна заборгованість* (ГБ); або лексико-фразеологічними єдностями: Джамбо: *Гість! Так підем привітаємось.* Патрік: *Не треба, вона і так влипла* [4, с. 85: Влипати. Потрапляти у неприємну ситуацію] (ГБ); Підривник: *Ти не збираєшся ставити намет?* Майло: *Я, я поставив. Схоже я досі чайник у цьому* [4, с. 324: Чайник. Людина недосвідчена в певній галузі, новачок] (ПДА); Хелл: *Чекай, Роксі, я влаштовую у себе вечірку, це буде супер-пупер і завально. Ти теж приходь, там буде діджей, надувний батут, ціла тонна чіпсів. Це буде жир!* [4, с. 125: Жир. Щось дороге, багате, гарно зроблене – все найкраще].

Інформаційна функція комунікем-сленгізмів у мультиплікаційних діалогах супроводжується й оцінністю. Адже такі соціально марковані одиниці спілкування не можуть бути нейтральними: Шифу: *Внутрішній спокій.* По: *Внутрішній спокій? Це кльово* [4, с. 163: Кльово, крим., мол., схвальн. Добре, чудово] (ПКФ); Мушу: *Для початку, ми придумавмо назву. Це ключ до успіху, скажімо «Дерево пам'яті» Ні, це для стариганів. Евріка! Наша тема «Світ рожевий» Це останній блиск* [4, с. 61: Блиск. Чудово, гарно, винятково]. *І просто і модно!* (М); Лейла: *Треба покатати тебе на Мотолунопарку. Одягнеш скафандр і поїздиш трохи по поверхні. Черги нема, бо це навчальна екскурсія. Фрай: Навчальна, не навчальна – Фіолетово* [4, 307: Фіолетово, мол.; несхвальн. Абсолютно, байдуже не цікаво, все одно]. *Ідьмо* (Ф).

Окрему групу складають комунікеми-сленгізми, що виконують етикетні функції:

а) подяки: Мамбл: *Ти справжній друг. Дякую, аміго*. Рамон: **Красно gracias, та це не моя заслуга** (ВН); Франческо: *Беліссімо. Граціос всім за підтримку, а тобі за лажі Мак Квін* (Т); Франческо: *Я надеру йому бампер. Блискавка: А ось і вони. Слова образи. Граціюю* (Т); Грю: *Цитуйте я сказав. Мерсі* [5, с. 660: Мерсі, розм. Дякую, спасибі] (НЯ);

б) вибачення: По: *Даруйте, сто пардонів* [12, с. 887: Пардон, виг., рідко. Вибачте, пробачте, даруйте] (ПКФ); Бо: *Хо-хо-хо. Вітаю вас, друзі. Веселе цього року видалося Різдво. Селяни мої. Воу (спускає санчата з іграшками) Вибачте, пардончики. Дякую* (П).

Більшість етикетних комунікем-сленгізмів – варваризми (з іспанської, французької). Такі комунікеми надають мультиплікаційним діалогам фамільярної тональності, адже співрозмовник підсвідомо чи то засвідчує належність до якоїсь національної культури (адже мультиплікаційні тексти перекладні, персонажі – істоти-«іноземці»), чи то у фамільярній формі натякає на знання інших мовних традицій.

Утім, і українськомовний ґрунт дає сленгові похідні, напр.: *дякі* від «дякую»: Машинка 1: *Оу, дякі, чувак*. Машинка 2: *Граціо, амігос* (Т). Особливість етикетних комунікем у тому, що їхньою дериваційною основою може бути розмовно-побутова фразеологія: *красно граціос* «красно дякую», *сто пардонів* «сто / тисячу вибачень».

Волонтеративна функція комунікем-сленгізмів – вираження прохання, запрошення, поради, спонукання тощо. При цьому у творенні комунікем зростає комунікативно-прагматичне навантаження часток (Корабель 2: *Альо, а ти що тут забув. Ану розвертайся і шуруй* [4, с. 338: Шурувати. Йти] назад звідки приплив (Т)), підсилювальних прислівників (Віщунка: *Ти не знаєш? По: Про що? Павич: Виявляється, що він нічогосінько не знає. По: Все! Годі цих загадок. Негайно коліться!* [4, с. 166: Колотись, крим. і мол. Розкривати інформацію] (ПКФ). Відзначаємо, що мультиплікаційних діалогів поширення і комунікем – еліптичних висловлень: Крабс: *Замовлення було простеньке. Крабсбургер з сиром. Клієнт його коштує, і... Немає сиру!* Боб: *Опануй себе, Юджене. Спокуха!* [2, с. 309: Спокуха, мол., жрм., жарт., ірон. Заклик до спокою] (ГБ).

Спостерігаємо, що в репліках деяких персонажів відбувається нанизування сленгізмів, ряд яких закінчує комунікема, яка узагальнює семантику висловлення, як-от: *в'їхав, врубився* – «до мене дійшло»: Аїд: *Я в курсі, що ви в курсі. Я в'їхав* [в'їду, в'їдеш, док., (у що), мол., крим. Зрозуміти, осмислити щось], *врубився* [2, с. 95: Врубився, -аюся, -аєшся, недок., у що, мол. жарг. Розуміти щось], *до мене дійшло!* (Г).

Висновки й перспективи подальших досліджень. Отже, комунікеми-сленгізми є важливими компонентами процесу спілкування й стилізації його усно-розмовних форм. Вони поширені в мові сучасної українськомовної мультиплікації, яка має одну стилістичну особливість – насичення діалогів сленгізмами, що прийшли в інше національномовне середовище з англійської, французької, німецької, іспанської, російської культур. Ці одиниці допомагають стилізувати вільне, невимушене побутове спілкування, надають мовленнєвому акту більшої експресивності, фамільярності. Комунікеми-сленгізми можуть бути різними за своєю структурою (одно-, дво- й багатокомпонентні) і мають широку дериваційну базу.

Перспектива подальших досліджень полягає в подальшому вивченні особливостей комунікем-сленгізмів на матеріалі сучасної українськомовної мультиплікації, що дозволить описати можливості використання цих мовних одиниць в аспекті їхньої стилістичної й естетичної важливості в мультиплікаційних текстах, систематизувати знання про комунікеми-сленгізми як одиниці експресивного синтаксису розмовної мови, а також теоретично обґрунтувати жанрово-стильову своєрідність українськомовної мультиплікації в структурі художнього стилю сучасної української літературної мови.

Список використаної літератури

1. Українська мова: Енциклопедія / Редкол. : Русанівський В. М., Тараненко О. О., Зяблюк М. П. та ін. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. – 824 с.

2. Ставицька Л. О. Український жаргон: словник / Л. О. Ставицька. – К. : Критика, 2007. – 494 с.
3. Мацько Л. І. Стилiстика української мови / Л. І. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – 450 с.
4. Словник сучасного українського сленгу / Т. Н. Кондратиук. – Х. : Фоліо, 2006. – 349 с.
5. Грабовий П. М. Український молодіжний сленг: сучасна картина світу / П. М. Грабовий. – К. : Умань : ПП Жовтий, 2010. – 221 с.
6. Фурса О. С. Англiцизм українського молодіжного сленгу: чинники, динаміки та проблеми класифікації / О. С. Фурса // Мова та історія: Періодичний зб. наук. праць. – К., 2005. – Вип. 74. – С. 57–67.
7. Фурса О. С. Молодіжний сленг як об'єкт лінгвістичного дослідження / О. С. Фурса // Мова та історія: Періодичний зб. наук. праць. – К., 2005. – Вип. 78 / 79. – С. 101–106
8. Partridge E. Slang Today and Yesterday / E. Partridge. – London, 1979. – 258 p.
9. Меликян В. Ю. Современный русский язык. Синтаксис нечленимого предложения. / В. Ю. Меликян. – Р. н / Д. : РГПУ, 2004. – 288 с.
10. Чугуй А. В. Коммуникемы в аспекте нечленности: язык и речь : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «русский язык» / Чугуй А. В. – Ростов н / Д, 2005. – 19 с.
11. Хаванская О. Н. Коммуникемы в речи младших школьников: гендерный аспект / О. Н. Хаванская // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – № 322. – С. 39–42.
12. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. : Бусел В. Т. та ін. – К., Ірпінь : Перун, 2005. – 1728 с.

References

1. *Ukrainian language: Encyclopedia* (2004). Ed. V. M. Rusanivskiy, O. O. Taranenko, M. P. Ziabl'uk. Kyiv: Ukrainian Encyclopedia n. a. M. P. Bazhan (in Ukr.)
2. Stavyska, L. O. (2007). *Ukrainian jargon: Dictionary*. Kyiv: Krytyka (in Ukr.)
3. Mats'ko, L. I. (2003). The stylistics of Ukrainian language. Kyiv: Vyshcha Shkola (in Ukr.)
4. Kondratiuk, T. N. (2006). *Dictionary of modern Ukrainian slang*. Kharkiv: Folio (in Ukr.)
5. Graboviy, P. M. (2010). *Ukrainian youth slang: a modern view of the world* Kyiv: Academy of Higher Education of Ukraine, Council of Young Scientists (in Ukr.)
6. Fursa, O. S. (2005). Anglicisms of Ukrainian youth slang: factors, dynamics and classification problems. *Language and history: Periodic coll. of science works edition*, 74, 57–67 (in Ukr.)
7. Fursa, O. S. (2005). Youth slang as an object of linguistic research. *Language and history*, 78–79, 101 – 106. (in Ukr.)
8. Partridge, E. (1979). *Slang today and yesterday*. London
9. Melikyan, V. Y. (2004). *Modern Russian Language. Syntax of inseparable sentence*. Rostov na Donu: RSPU (in Russ.)
10. Chuguy, A. V. (2005). *Communicative units in the of aspect inseparability*. Rostov na Donu: RSPU (in Rus.)
11. Khavanska, O. N. (2009). *Communicative units in the speech of younger pupils*. *Vestnik of Tomsk State University*, 322, 39–42 (in Russ.)
12. *Great Dictionary of the Modern Ukrainian Language* (2005). Ed. V. T. Busel. Kyiv, Irpin: Perun (in Ukr.)

PRYLYPKO Fedir Yevgenovych,

PhD student of Institute of Ukrainian language of NAS of Ukraine

e-mail: p-fed-2007@ukr.net

COMMUNICATIVE UNITS OF SLANG IN UKRAINIAN SPEAKING ANIMATION

Abstract. Introduction. Significant changes for the past 20 years in relation to the literary standard and norms of communication forcing linguists, psychologists, teachers to focus on reducing the registers of communication at all levels of life. It is closely associated with television and internet. For many people, TV and computer are the main sources of information, and children spend much more time near the screens than any other kind of activity. Therefore, we cannot pass by such genre of cinema as «children's animated cartoon», precisely because from cartoons, children learn new vocabulary, copying manner of character's behavior. Animation for children and adults is actual screen art genre that has a broad consumer audience. The language of animated cartoon focuses on communication situations, full of typical lexical and phraseological communicative units, that are linguistic and cultural stereotypes associated with automatic verbalization of meanings, intentions, emotions in specific speech situations. Many researchers primarily attract the questions of culture communication propagated in stylized situations of communication in children's animation.

Purpose is to study the structural and functional types of communicative units of slang in modern Ukrainian speaking animation.

Methods. To achieve the purpose and solve the tasks were used the following methods: descriptive, component and functional and stylistic analysis.

Results. *The results showed that communicative units of slang are important for conversational and dialogue form of language. They are used for effective and smooth communication, and they are important components of the communication process, the purpose of which is to regulate the process of communication, to provide greater expressiveness for speech act, to fill pauses in conversation, to reduce a speech act through substitution of one long statement by one replica.*

Communicative units perform in language phatic, information and voluntative functions.

Originality of research results is that, it is first described communicative units of slang in the language of modern Ukrainian speaking animation.

Conclusion. *Communicative units of slang are important components of the communication process and Styling its oral colloquial forms. They are common in modern Ukrainian speaking animation, which has one stylistic feature - saturation dialogues by slang that came to the other national speaking environment from English, French, German, Spanish and Russian cultures. These units help stylize free, spontaneous everyday communication, providing greater expressive speech act, familiarity. Communicative units of slang can be different in structure (single, double and multi component) and have a broad derivative base.*

Key words: *communicative unit; animated cartoon language; linguistic and cultural stereotype; situational language stereotype; situational function; communicative unit of slang; phatic function; informational function; voluntative function.*

Надійшла до редакції 29.09.16

Прийнято до друку 04.11.16

УДК 811.161.2.'366.587

ДЯДЮРА Галина Миколаївна,
кандидат філологічних наук, доцент
Черкаського державного технологічного
університету

КОЛЕСНИК Дарина Михайлівна,
кандидат філологічних наук, доцент
Черкаського державного технологічного
університету
e-mail: galja2000@rambler.ru

ЗАСОБИ ЕКСПРЕСІВНОСТІ В НАУКОВИХ ТЕКСТАХ

У статті проаналізовано категорію експресивності та її складники: емоційності та образності в наукових текстах. Виокремлено поняття емотивності та емоціогенності: емоційність – характеристика особистості, її стану, якостей та рівня її емоційної сфери. Емотивність – лінгвістична характеристика тексту як сукупності мовних одиниць, здатних викликати емоційний ефект, тобто викликати в реципієнта відповідні емоції. Визначено, що для категорії експресивності релевантними ознаками є наявність адресата, ступінь впливу, інтенсивність та прояв у мові, а для поняття емоційності є психоемоційний стан адресанта. Досліджено й описано функціонування образних засобів експресивності в природничих і технічних текстах. Наведено та проаналізовано ілюстративні приклади, які показують, що найбільш вживаними образними засобами є порівняння, аналогії та метафори. Порівняння є найпоширенішим у науковій сфері образним засобом, оскільки воно становить одну з форм логічного мислення. Намагаючись з'ясувати якість дійсності, науковці нерідко вдаються до створення в уяві візуальних образів, оскільки саме зорові образи є найбільш яскравими й виразними. Виявлено, що образні елементи наукового стилю зумовлюють утворення образного контексту. Доведено, що сприймання одиниці як образу чи не-образу залежить від мовців і від особливостей перебігу комунікативного процесу. Обґрунтовано, що образна лексика та експресивні конструкції вживаються в науковій літературі, але частотність використання градується залежно від жанру, призначення, читачької аудиторії,