

Чаще всего трансформации подвергаются фразеологические сочетания, потому что они наиболее близки к свободным словосочетаниям, и фразеологические выражения, что можно объяснить стремлением автора «оживить» поговорку, крылатое слово, привлечь к ним внимание массового читателя. Авторы трансформируют фразеологизмы с определенной стилистической целью. Каждый из таких фразеологических оборотов выполняет определенную стилистическую функцию: либо используется для достижения комического, иронического эффекта, либо для привлечения внимания к публикации, либо для выражения своего отношения к сообщаемому и т.п.

Таким образом, трансформирование ФЕ в публицистическом (конкретно - газетном) стиле всегда носит целенаправленный характер, являясь специфическим средством, применяемым авторами с целью оживления речи, придания ей заранее «запрограммированного» стилистического эффекта. Яркая выразительность многих фразеологических оборотов обуславливает их стилистическое использование в различных газетных жанрах, особенно в сфере газетных заглавий.

### Источники и литература

1. Абрамович И.М. Об индивидуально-авторских преобразованиях фразеологизмов и отношении к ним фразеологического словаря // В кн.: Проблемы фразеологии. Материалы и исследования. - М.-Л.: Наука, 1964.
2. Бабкин А.М. Русская фразеология, ее развитие, источники и лексикографическая обработка. - Л.: Наука, 1970.
3. Костомаров В.Г. Некоторые особенности языка печати как средства массовой коммуникации: Автореф. дис. ... докт. фил. наук. - М., 1969.
4. Ронгинский В.М. Заголовок-фразеологизм. // Проблемы устойчивости и вариативности фразеологических единиц. - Тула, 1969.
5. Солганик Г.Я. О языке газеты. - М. 1968. - 12 с.
6. Федин К. Писатель. Искусство. Время. - М.: Советский писатель, 1961.
7. Фразеологический словарь русского языка / Под ред. А.И. Молоткова. - М.: Русский язык, 1978.
8. Чижик-Полейко А.И. Стилистика русского языка. - Ч. 1. - Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1962.
9. Шумилов Н.Ф. Фразеологизмы на газетной полосе // Русская речь. - 1973. - № 6. - С. 76-80.
10. Язык газеты / Под ред. Кондакова Н.И. - М.-Л., 1961.

*Поступила в редакцию 26.06.2007 г.*

УДК 070.41:82-92

Василик Л.Є.

### ДО ПРОБЛЕМИ КОНЦЕПТУ В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ

*Василик Л.Є. К проблеме концепта в публицистическом тексте*

*В статье предлагается применить концептуальный анализ к интерпретации журналистского процесса, в особенности к явлению публицистики. Рассматривается история возникновения и значения термина «концепт», предлагается его видение в системе прессы коммуникации.*

*Ключевые слова:* публицистика, концепт, концептуальный анализ

*Василик Л.Є. До проблеми концепту в публіцистичному тексті*

*У статті пропонується застосувати концептуальний аналіз до інтерпретації журналістського процесу, зокрема до явища публіцистики. Розглядається історія виникнення і значення терміну «концепт», пропонується його бачення в системі пресової комунікації.*

*Ключові слова:* публіцистика, концепт, концептуальний аналіз

*Vasylyk L.E. On the Issue of Concept in the News-Paper Text*

*The article suggests to apply the conceptual analysis to the interpretation of the development of journalism - specifically, to the phenomenon of publicism. The background and meaning of the term concept are revealed together with its comprehension in the system of media communication.*

*Key words:* publicism, concept, conceptual analysis

*Актуальність.* Сьогодні в журналістикознавстві з'являється ряд методів і підходів, здатних поновому інтерпретувати публіцистичний текст, виділити у структурі його поетики своєрідні виражальні структури, коди смислові одиниці тощо. А. Москаленко підкреслює: «Історія преси (...) є в той же час історією розвитку нашої публіцистичної спадщини в громадській свідомості, історією духовних цінностей. Саме ця специфіка кращих творів газетної і журнальної публіцистики минулою вимагає й

особливого підходу до вивчення фактів і явищ історії преси. Не відриваючи певне явище журналістики від історичного фунту, не модернізуючи його під нашу сучасність, ми повинні зрозуміти його живе значення і для нашого часу. Історія преси не тільки кристалізує досвід попередніх поколінь, але і допомагає нам у сучасних змаганнях на ниві демократизації” [6, с.35]. Підкреслюючи дієвість публіцистичного слова, дослідник наголошує на необхідності осмислення його духовного досвіду, на важливості тих оцінок, які можемо винести з минулого. Тож українська публіцистика, зважаючи на духовні процеси в сьогодиншньому суспільстві, потребує усвідомлення на особливо якісному рівні. Саме вона являє собою журналістський текст, співвіднесений з найбільш загальними процесами у суспільстві, саме їй притаманна у цьому плані репрезентативність духовного стану соціуму.

*Постановка проблеми.* У нашій розвідці робимо спробу доповнити вже існуючі уявлення про теорію публіцистичного твору поняттям концепту, обґрунтовуючи його як елемент поезики. Поезиці публіцистики присвячені праці ряду дослідників (В. Здоровега, В. Буряк, Й. Лось, А. Мамалига, М. Шлемкевич, Н. Шудря, В. Шкляр та ін.). У них переважно наголошувалося на таких складових публіцистичного тексту, як ідея, проблема, образ тощо. Однак з погляду завдань масової комунікації та пропаганди певних морально-духовних цінностей у ЗМІ, з погляду мотивації публіцистичної творчості, розуміння завдань журналістики не як “суб’єктно-об’єктних” (В. Різун), а як таких, що формують самодостатню людську особистість, варто переглянути публіцистичний текст під кутом зору його внутрішньо-формальних виражальних можливостей, його мотиваційних перспектив, через певні пресові коди (концепти) реалізованих. Вважаємо, що такі пресові концепти, як, зокрема, *Україна, пам’ять, душа, Бог, свобода*, мають під собою значну мотиваційну підставу, вносять у публіцистику важливіші духовні цінності та позначають глибинні підстави виступу публіциста. Як зауважив на відкритті “Журналістської весни-2007” директор Інституту журналістики В. Різун, назріла необхідність мотиваційно формувати не лише журналістів, а й публіцистів - людей, які відчують на рівні значущих соціальних проблем, людей небайдужих, здатних виступити в потрібний час з гострим і пристрасним словом. Сьогодні, коли твір відчується і живе власним життям, незалежним від журналіста, має свій імпліцитно-прихований вплив на суспільство, особливо важливо посилити мотивацію його створення і відповідальність за написане. Публіцистика, як, мабуть, жоден із жанрів журналістики, особливо повинна дотримуватися цього правила. Тож як вона діє? Які її виражальні можливості? Які внутрішні структури тексту акумулюють у собі її дієвість? Відповіді на поставлені питання можна дати, звернувшись до теорії концепту як елементу структури публіцистичного твору, що визначає його поезику тексту і тим моделює виражальні можливості. На нашу думку, концептуально структурований і водночас мотиваційно осмислений публіцистичний твір - основа сучасної пресово-публіцистичної комунікації. Якраз публіцистика оперує пізнаваними кодами-концептами, якраз у них автор закладає концептуальне бачення важливіших проблем, якими живе оточення.

Звертаючись до поняття концепту, варто зауважити, що він належить до прагмакультурних термінів. Концепти - це своєрідні загальнолюдські універсали. Сам термін виник ще в XIV ст. у середньовічній схоластиці. Він пов’язувався з полемікою між номіналістами і реалістами про співвідношення імен, ідей і речей. Зіткнення крайніх поглядів привело до виникнення “концептуалізму”. Пізніше концепт розвинувся бароковою поезією XVII ст., а в сучасне гуманітарне пізнання це слово ввів російський вчений С. Аскольдов. Надалі його осмислювали Ю. Степанов, Д. Ліхачов та ін. Останній вважає: “Аспекти аналізу значення концепту, введені С. Аскольдовим, можуть значно розширити сферу дослідження в сторону історико-культурного розгляду проблеми” [5, с.280]. В. Зусман наголошує, що у кінці XX ст. у філології формується новий напрям – “концептуально-культурологічний”, за яким слово вивчається “на стыке целого ряда гуманитарных отраслей знания - лингвистики, литературоведения, логики, философии, искусствознания и культурологии” [3]. Таким чином концепт входить у наукові параметри інших гуманітарних наук. Розуміння терміну розширюється, внаслідок чого нині він активно функціонує не лише в лінгвістиці, а й в літературознавстві, культурології, філософії, логіці, психології, етносеміотиці, соціології і, вважаємо, може стати засобом наукового пізнання і в журналістикознавстві. Поки що цей термін активно виділяється й інтерпретується дослідниками мови ЗМІ (М. Яцимірська, Н. Станкевич, Я. Прихода та ін.). Ми пропонуємо застосувати його при дослідженні публіцистичного тексту, розуміючи концепт як складову поезики.

Через те що концепт має таку широку наукову парадигму, єдиного його визначення немає. У кожній сфері пізнання він розуміється по-своєму. Первісне значення слова (з лат.) - думка, поняття. Однак ряд вчених схильні розділяти їх, вважаючи, що “концепт” і “поняття” - слова близькі, але не тотожні. Це тому, що поняття конкретне, а концепт має безкінечну кількість варіативних значень. Поняття - стала одиниця, а концепт отримує широкі суб’єктивні параметри у різних публіцистичних текстах. Є й інші трактування: у “Словнику італійської мови” Дзінгареллі “концепт” (conchetto) - це думка, ідея, судження; в англійських словниках він означає “ідею, покладену в основу цілого ряду

Речей”, “загальноприйняте судження, точку зору”; у сучасній французькій мові “концепт” розуміється як абстрактна, узагальнена репрезентація об'єкта.

На межі ХХ-ХХ: сі термін почав активно застосовуватися для літературознавчого аналізу художніх текстів. Зокрема, у зарубіжному літературознавстві часто вживаний термін “концепт” є синонімічним до концепції, що формулюється як “розгорнута система поглядів, викладена з наміром уникнути логічних суперечностей при тлумаченні якоїсь складної проблеми, явища” [4, с.384]. Термін “концепт” (чи не вперше стосовно аналізу явищ публіцистики) застосовує і дослідник журналістики В. Буряк. Він ставить поруч концепт та ідею публіцистичного твору, підкреслюючи, що “ідея за своєю суттю - це мініконцепція (концепт). Це свідомісна вершина айсберга, яка підпорядковує своєму вираженню усю систему зображально-виражальних засобів” [1, с.23]. Звідси концепт визначається як керівна ідея, задум і конструктивний, принцип діяльності. Тобто концепт несе продуману смислову якість. В. Зусман стверджує, що “именно смысл в наибольшей мере раскрывает суть термина “концепт”. Смысл отличается от значения, поскольку он целостен, то есть имеет «отношение к ценности - к истине, красоте и т. п.». Смысл не существует без «ответного понимания, включающего в себя оценку». Смысл всегда кто-то открывает, находит, распознает: Смысл подразумевает наличие воспринимающего сознания и его носителей: конкретных деятелей, коммуникантов. *Этим смысл отличается от понятия*» [3]. Таким чином поняття і концепт - відмінні речі. Концепт спрямований на комунікацію, його можна розвинути численням колом суб'єктивних смислів, надати авторського бачення, він може бути по-різному Сприйнятий реципієнтом, тобто це змістовно “рухома” структура, що несе ідейне насаження твору. Л. Чинова переконує: «Каждое поколение вносит свой вклад в процесс формирования концептуальной системы, проверяя, обогащая, корректируя, а иногда существенно изменяя ее содержание. Ни один концепт не может рассматриваться как нечто застывшее, окончательно сформированное. Он находится в состоянии постоянного изменения, имеет «текущий» характер, как и вся деятельность человека в целом» [8]. Слова-концепти пронизують нашу духовну свідомість, є важливішими смислами людської культури. Вони нагадують усіма пізнавані традиційні образи, якими оперує ця культура. Не випадково А. Хроленко переконує: “Численні публікації про так звані “ключові слова культури” в більшості - спрощені зразки концептуального аналізу” [7. с 137].

У цих судженнях помічаємо багато спільних ознак у розумінні концепту мовознавцями, культурологами, літературознавцями, філософами. Їхній досвід, вважаємо, варто застосувати і стосовно дослідження поетики публіцистичного тексту. Це відкриває якісно нові рівні осмислення і пізнання пресової публіцистики як різновиду масової комунікації. Виходимо з того, що публіцистика є свого роду цілісним текстом певної доби, відображає концепцію її мислення, духовне наповнення, проблемні параметри філософського сенсу людського буття, адже саме вона, як вже було підкреслено, покликана пристрасно реагувати на духовні процеси у свідомості суспільства, порушувати його сутнісно суттєві проблеми. Тому можна розглянути її з погляду семіотики як певний текст буття.

Кожна епоха, за Р. Бартом та Ю. Лотманом, відображається у певних кодах, знаках, символах, гаслах. Вважаємо, що саме публіцистика першою генерує ці смислові коди доби, оперує ними як згустками духовного досвіду свого часу певної культурної епохи. Саме вона акцентує в духовному просторі суспільства на важливіших поняттях, що є буттєвими, смислотвірними, екзистенційними для ствердження та існування нації. Такі смислові поняття, що формують основні духовні дискусії, думки, концепції видань, творчість окремих публіцистів, пропонуємо назвати *концептами* і розглядати їх як складовий елемент в структурі публіцистичного дискурсу. Таким чином, концепт бачиться нами як філософсько-естетична категорія публіцистичної комунікації. Концепт - це провідна (концептуальна) пресово-публіцистична складова творчості окремого публіциста, видання чи загалом історико-журналістського дискурсу. Через нього формується контакт, контекст як фактор самої комунікації. Чи, з другого боку, на рівні концептів (кодів) і генерованих ними концепцій закладається комунікативна специфіка публіцистики.

Підкреслюємо, що провідні пресові концепти як ключові поняття складають цілісну універсальну систему і їх співмірне існування дає можливість дослідити духовно-пресові параметри публіцистичного тексту. Ці ключові поняття моделюють основні константи картини світу, що існують у цілісній системі взаємопов'язаних понять. Важливішими національно-духовними концептами пресової публіцистики, на нашу думку, найчастіше виступали уже згадані *Україна, воля, душа, Бог, пам'ять*. На різних етапах історії вітчизняної преси вони у багатоманітній ідейно-смисловій наповненості творили національну картину буття. У творчості того чи ін. публіциста або періодичного видання стояли або в центрі, або на периферії, завдяки чому відбувалася реалізація їхніх іманентних формотворчих функцій. Вони формували тією чи іншою мірою духовне наповнення української публіцистики. Свідомо не можемо назвати ці смислові одиниці поняттями, адже вони не є сталими, а постійно розвивалися, набирали нових інтерпретаційних відтінків у публіцистичних текстах, модифікували їх сприйняття і підкреслювали мотиваційну основу створення публіцистичного простору тим чи ін. автором. І цей процес безперервний. Наприклад, концепт *Україна* найчастіше

отримував такі суб'єктивно-авторські смисли, як батьківщина, дім, нація, ідея, Ойкумена. Атлантида тощо. У різних концептуальних варіантах він моделював ідею публіцистичного твору, визначав його концепцію. Водночас втілював й емоційно-оцінні смисли. Останній аспект наближає концепт до художнього образу, у якому поєднуються загальні і чуттєві риси. Смилова кореляція між понятійним і чуттєвообразним робить концепт гнучкою універсальною структурою, що може втілюватися в різного виду дискурсах. Таким чином системний формальний складник публіцистики - концепт - інтерпретується як такий, що потенційно включає передумови до дискурсивного функціонування, адже він корелює з позатекстовою сферою - дійсністю, уявленнями, мовою, традицією, баченням основних історико-культурних парадигм часу. Він отримує широкі смислові параметри, які об'єктивно відображають змістову наповненість духовної атмосфери суспільного періоду, тобто у концептах розкриваються контекстуально-творчі ресурси бачення і висвітлення важливіших суспільних проблем. Концепти стають інтелектуально-смиловими центрами в історії журналістики, яка насамперед є історією розвитку незаангажованої пристрасної публіцистики як найвищого покликання журналіста. Вони є важливішими духовно-аксіологічними константами журналістського процесу. Маючи певну протяжність у часі, концепти втілюють ознаки гносеологічної категорії. Через широке змістове наповнення, контекстуальну парадигму з широкими конотаціями формують цілісну концептосферу пресового дискурсу - відображають макросистемні тенденції журналістського процесу, які розкриваються не через описовий хронікальний підхід, а через понадтекстовий аналіз.

Водночас концепти можуть так тісно дотикатися (наприклад: *Україна і воля*), що їх інтерпретація переплітається цілими колами ідейно-проблемних контекстуальних нюансів. Таким чином концептуальне наповнення цих основних смислів постійно розширюється, через що вони здатні відображати еволюцію важливіших світоглядних уявлень у свідомості суспільства, віддзеркалювати його духовний досвід. Вони уможливають пізнання певних закономірностей розвитку журналістського процесу. їх смислове наповнення дозволяє нам говорити про ціннісні якості публіцистики, про те, які саме концептуальні для людини і нації в цілому положення вона висуває та обстоює. Для прикладу: що вкладає у концепт *свободи*? якими смислами наповнює концепт *душі*? в яких параметрах бачить універсалів *України*? тощо. Загалом при допомозі цих концептів публіцистика інтерпретує систему цінностей, світогляд, внутрішній світ, мислення епохи.

*Висновки.* Ми свідомо трактуємо термін „концепт” не в прийнятому лінгвістичному аспекті, а вводимо його в сферу поетики публіцистичного тексту, оскільки вважаємо, що ніякий лінгвістичний аналіз не здатен замінити всієї повноти ідейно-проблемного змісту твору. Не можна схарактеризувати його вичерпно, відійшовши від уявлень про світогляд автора, його творчий досвід, жанрову специфіку його публіцистики тощо. При лінгвістичному аналізі все це втрачається, адже до уваги береться лише мовний аспект - параметри значення слова. Тому, оперуючи терміном „концепт”, вважаємо, що у сфері поетики об'єднуються і лінгвістичний, і естетико-стилістичний, і історико-журналістикознавчий підходи до вивчення публіцистичного твору, через що концепт пропонуємо бачити як окрему складову цілісного явища поетики. Тож пояснюємо зміст концепту не лінгвістичними факторами, а закономірними процесами, що відбуваються всередині публіцистичного твору, в його ідейно-проблемному змісті. Ми наголошуємо на змістовому насиченні концепту в публіцистиці, переходячи від лінгвістики до ідейно-проблемних та жанрових параметрів тексту. З'ясовуємо якісну здатність концепту вирішувати важливі завдання публіцистики. Концепт - це матеріальне буття думки, що дозволяє виявити особливості й закономірності публіцистичної творчості. Він є своєрідним ідейно-смиловим ядром твору, але ця схема чи модель наповнюється конкретним змістом, особистісним „я” публіциста, його світоглядними переконаннями, стильовими домінантами. Концепт у нашому трактуванні не самоціль, а засіб для глибшого пізнання публіцистичного тексту. Аналіз концепту допомагає прочитати інформацію, яку несе публіцистика, інтерпретувати її, і цьому певною мірою концепт лінгвістичний має також допомагати як складова поетики публіциста. Таким чином концепт розглядаємо з погляду тих змістово-художніх категорій, які в ньому закладені, розглядаємо у живому контексті.

Обстоюючи концепт як структуру поетики, пропонуємо за його допомогою прочитувати публіцистику, аналізувати явища історії журналістики. Це дозволить замінити традиційний хронологічно-описовий метод в історії преси зверненням до внутрішньо-формальних організуючих структур **пресово-публіцистичної** комунікації. Запропонована методика дозволить відійти від хронікально-описового підходу у розгляді журналістського процесу і вдатися до концептуального, який дасть можливість розглянути дискурс української публіцистики певного періоду крізь призму важливіших духовно-пресових кодів доби - концептів. Це дасть пресовим явищам і певну філософську обґрунтованість, дозволить побачити текст чи творчість публіциста в широкому семіотичному та інформаційному контексті, дозволить розшифрувати не лише зовнішні, а й імпліцитно виражені смисли, що функціонують на внутрішньому рівні публіцистичного тексту. У такий спосіб за допомогою концептуального аналізу можна провести перспективний аналіз журналістського процесу.

**Джерела та література.**

1. Буряк В. Системна та концептуальна структура сучасного публіцистичного мислення // Вісник Львівського у-ту. Сер. Журналістика. Вип. 22. - Ч. 1. - Львів, 2002. - С 19-30.
2. Здоровега В. Слово тоже есть дело: Некоторые вопросы теории публицистики. - М.: "Мисль", 1979. - 174 с.
3. Зусман В. Концепт в системе гуманитарного знания. - <http://magazines.russ.ru/voplit/2003/2/zys.htm>.
4. Літературознавчий словник-довідник / Р.Т. Гром'як, Ю.І. Ковалів та ін. - К.: ВЦ „Академія”, 1997. - 752 с.
5. Лихачев Д. Концептосфера русского языка // Русская словесность: Антология. - М.: Academia, 1997. - С. 280-287.
6. Москаленко А.З. Теорія журналістики: Навчальний посібник. - К.: ЕксОб, 2002. - 334 с.
7. Хроленко А. Концептуальний аналіз // Хроленко А. Основи лінгвокультурології. - М.: «Флінта» - «Наука», 2004. - С. 135-137.
8. Чижова Л.А. Поняття концепта і системи концептів в теорії комунікації. - [http://genhis.philol.msu.ru/article\\_162.sltml](http://genhis.philol.msu.ru/article_162.sltml)

Поступила до редакції 29.06.2007р.

УДК 070: 82 - 92.09

Галич О.А.

**ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ЗАГОЛОВОК ЯК СКЛАДОВА ПАРАТЕКСТУ**

*Галич О.А. Публицистическое заглавие как составляющая паратекста*

*Автор рассматривает заглавие публицистики как составляющую паратекста. Материалом для анализа служит публицистическое творчество Ивана Драча.*

**Ключевые слова:** паратекст, публицистика, заглавие, классификация

*Галич О.А. Публіцистичний заголовок як складова паратексту*

*Автор розглядає заголовок публіцистики як складову паратексту. Матеріалом для аналізу служить публіцистична творчість Івана Драча.*

**Ключові слова:** паратекст, публіцистика, заголовок, класифікація

*Halych O.A. Publicistic title as a part of paratext.*

*The author is studying the title of publicists work as a part of paratext. Publicistic works of Ivan Drach are the material of studies.*

**Key words:** paratext, publicistic, works, title, classification

*Актуальність.* Поетика художнього тексту - це досить велика галузь літературознавства, що охоплює різні боки творчості публіциста. У даному дослідженні варто зупинися лише на деяких з них, пов'язаних з паратекстом. Назва терміну „паратекст” належить французькому вченому Ж. Женетту. До паратекстових категорій відносяться ім'я або псевдонім автора, заголовок чи підзаголовок, посвята, епіграф, передмова або післямова, примітки, епілог; коментарі, додатки, дата й місце написання твору тощо. На погляд Т. Черкашиної, „у залежності від розташування частин по відношенню до основного тексту, паратекст... розподіляється на три частини: передтекстовий (що включає в себе ім'я, (псевдонім) автора, заголовок, підзаголовок, присвяту, епіграф до усього твору, передмову), поміжтекстовий (що складають епіграфи до частин, книг, розділів; внутрітекстові й підрядкові примітки, епілог, післямову, позначення дати й місця написання твору, коментарі, додатки, зміст тощо) комплекси” [5, с.52]. Виконуючи допоміжну функцію, паратекст допомагає публіцисту встановити зв'язок з читачем, налаштувати його на сприйняття тексту, надати додаткову інформацію, прорекламувати текст тощо.

*Постановка проблеми.* При вивченні творчості відомих публіцистів науковці рідко звертають увагу на специфіку заголовків їхніх творів. Однак саме назва публіцистичного тексту, або хремотонім, багато чого говорить про нього. Практично написання будь-якого тексту так чи інакше впирається в його назву: „Вона може привабити, відштовхнути, лишити байдужим” [2, с.204]. Хремотонім актуалізує й тематизує провідну думку твору, акцентує увагу реципієнта на ключових його моментах, виконуючи водночас номінативну, інформативну та рекламну функції. В. Галич вважає, що заголовок „увиразнює його (твору. - О.Г.) специфічну природу”, є „вихідним моментом породження його тематичної, композиційної та сюжетної цілісності” [1, с.601]. Завдання будь-якого хремотоніма коротко та яскраво попередити читача про змістове наповнення твору, полегшуючи його розуміння. На думку В. Мерзвинського „поліфункціональність імені тексту пояснюється, крім іншого, його композиційним статусом: воно стоїть в особливо сильній позиції - на початку твору” [4, с.33].