

УДК 81'42.111

## ПРАГМАСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ НА ВАЛЕОЛОГІЧНУ ТЕМАТИКУ

Зоряна Яців

Львівський національний університет імені Івана Франка  
вул. Університетська, 1, Львів, 79000  
[www.zyatsiv@gmail.com](mailto:www.zyatsiv@gmail.com)

Схарактеризовано прагмастилістичні особливості лексичного складу та стилістичних засобів фонетичного, морфологічного, лексичного, лексико-синтаксичного та синтаксичного рівнів друкованих повідомлень експертів у галузях “здоров’я” та “здоровий спосіб життя”. Виявлено основні тенденції у використанні стилістичних прийомів адресантом та здійснено спробу оцінити їхній вплив на потенційного адресата.

Ключові слова: аргументація, валеологічний дискурс, медійний дискурс, стилістичний прийом, текст.

Понад тридцять років тому виникла наука про здоров’я, яку її засновник І. І. Брехман назвав “валеологією” (від лат. *valeo* – бути здоровим). Наявний та постійно зростаючий корпус текстів за цією тематикою дає вагомі підстави виокремити валеологічний дискурс як різновид медійного, оскільки тексти про здоровий спосіб життя з’являються у друкованих повідомленнях засобів масової комунікації. Валеологічний дискурс, опираючись на Ф. С. Бацевича [2, с. 154], трактуємо як інтерактивне медійне явище, що має писемну (друковану) форму вияву, реалізується в межах письмового та електронного каналів спілкування, є підготовленим, аргументативним, за характером комунікації, дискурсом, регулюється стратегіями і тактиками, зумовленими тематикою спілкування, яка охоплює всі можливі аспекти теми “здоровий спосіб життя”, та має своїм результатом формування конкретних мовленнєвих жанрів. Безумовно, “дискурс є не тільки сам твір, але й діяльність (узята в сукупності процесу й результату), під час якої мовленнєво-мисленнєвий продукт і породжується” [5, с. 113].

Найважливішими параметрами валеологічного дискурсу (як, зрештою, і будь-якого іншого) є адресант та адресат. Модель адресанта валеологічних текстів формують фахівці в галузі здоров’я, серед яких – науковці в галузі медичних наук, фітнес-тренери, дієтологи, косметологи. Адресатом повідомлень найчастіше є “безликий”, фактично “анонімний” читач, інформація про якого невідома. Зв’язок адресанта і адресата базується на добровільних засадах: адресант надає інформацію, тоді як адресат або сприймає та застосовує її, або ж ігнорує. Адресант повідомлень як носій вищого соціально-комунікативного статусу та адресат як представник нижчого виступають рівноправними партнерами комунікації в силу доброї волі, яка спонукає їх з одного боку надавати, з іншого – сприймати та застосовувати отриману інформацію.

Серед типів тексту, які реалізують валеологічний дискурс, можна виділити такі: редакторська колонка, стаття, текстотип “Питання/Відповідь”, рекламне оголошення. Перелічені

типи повідомлень є мовленнєвим способом вираження аргументації в монологічній формі (від імені автора), а їхніми домінуючими взаємопов'язаними функціями є інформативна та аргументативно-персуазивна. Мета адресанта – донести інформацію та переконати адресата діяти запропонованим способом за тих чи інших обставин. Проте переконання, яке виступає ціллю аргументації, обов'язково включає фактор добровільного вибору зі сторони реципієнта [4, с. 7]. У досліджуваних текстах “стратегічне завдання аргументації – переконуючий вплив – досягається за рахунок достовірності аргументів, їхньої несуперечливості, достатньої кількості та послідовності їхньої подачі” [4, с. 10]. Виходячи з однієї з чотирьох максим аргументації, а саме – максими такту [7, с. 21], яка фактично зводиться до фактора адресата, адресант висловлюється зрозуміло та доступно, явно не демонструючи свої ментальні здібності перед адресатом. Адже аргументація успішна тоді, коли її учасники формують “єдність розуму” [9, с. 499], яка проявляється в імпліцитній, фоновій інформації щодо предмета “діалогу”, відомій партнерам по комунікації. Мовна комунікація не може бути адекватно описана без розуміння мисленнєвих процесів, які відбуваються у свідомості мовців [3, с. 96], оскільки в мовленні дійсність постає не “сама по собі”, а як уявлення людини про неї [1, с. 117]. Тобто важливою є не стільки аргументація “сама по собі”, скільки способи її мовностилістичної експлікації, виокремлення та вивчення яких допомагає адекватному сприйняттю та осмисленню інформації.

Мета цієї розвідки – прагмастилістичний аналіз лексичного складу та різнорівневих стилістичних засобів у валеологічних текстах. Зміст повідомлення та комунікативні цілі адресанта тексту передусім маніфестують себе крізь відбір лексичних одиниць та застосування стилістичних прийомів. Орієнтуючись на адресата, яким часто є “непідготовлений” читач, автори текстів намагаються зробити їх якомога доступнішими за формою та змістом, при цьому дотримуючись канонів друкованого слова. Матеріалом для дослідження послугували валеологічні тексти, які представлені згаданими жанрами редакторської колонки, статті, рекламним оголошенням та текстотипом “Питання / Відповідь”.

Для аналізованих текстів характерним є офіційно-діловий функціональний стиль із крапленими розмовного. До лексичних засобів, що реалізують офіційно-діловий стильовий аспект, передусім належать медична термінологія та загальнонаукова лексика. Виявлену медичну термінологію можна розділити на такі групи: загальна біомедична лексика (*antibody, calorie, cell, DNA, syndrome*), назви ліків (*antibiotic tetracycline, hydrogen peroxide, immunosuppressant, omega-3, vitamin D*), методи лікування (*corticosteroid injections, sclerotherapy*), назви хвороб (*anemia, cancer, osteoporosis, Parkinson's disease, varicose*). Термінологічні одиниці у текстах супроводжуються доступними дефініціями експертів, наприклад, ... *absorption of coffee's phenolic acids – antioxidants that may lower risk of heart disease, colon cancer, and diabetes* [12, № 9. – 2010. – с. 138]. Без експлікації поняття фенольних кислот, яке дає зрозуміти переваги вживання кави, читач не дізнався б про властивості цих антиоксидантів, що допомагають знизити ризик виникнення серйозних хвороб.

Серед загальнонаукових лексем, звернення до яких ілюструє офіційний статус та фаховий рівень адресантів, можна виділити *afflict, assume, request* та інші: *if they afflict the females...* [14, № 11. – 2010. – с. 54]; *I'm assuming your insomnia...* [14, № 5. – 2010. – с. 36]; *request a simple blood test* [14, № 4. – 2010. – с. 34]. Використання загальнонаукової лексики позиціонує адресанта як висококваліфікованого фахівця, що володіє належним професійним статусом і репутацією, та сприяє довірі з боку реципієнта до авторитетного експерта.

Нерідкісними є випадки лексичних вкраплень розмовного стилю у вигляді скорочень та фамільярних слів. Скорочення зустрічаються досить часто в цілях економії мовних засобів, щоб мінімальною кількістю мовних знаків максимально точно висловити думку, утворити альтернативу поширеному мовному знаку: наприклад, *derm, docs, labs, meds* замість *dermatologist, doctors, laboratories, medications* відповідно. Їхнє використання наближує друковані повідомлення до неофіційної розмови, в якій комуніканти виступають рівноправними партнерами. Цікавим є, наприклад, використання слова *hubby* [11, № 11. – 2011. – с. 16] замість усім відомого *husband*, яке наче зближує автора та конкретного реципієнта, стираючи між ними просторовий і часовий виміри та створюючи атмосферу задушевної розмови знайомих, а то й друзів.

Згідно зі структурною ієрархією рівнів мови, запропонованою Е. Бенвеністом, стилістичний аналіз може здійснюватись від рівня фонемі через рівні морфемі та слова до рівня речення. Адже відомо, що речення завжди означає більше, ніж сума значень його компонентів, так само, як і текст означає більше, ніж значення окремих речень, які його формують. Як зазначає В. А. Кухаренко, “без скрупульозного аналізу структури тексту неможливо виявити специфіку його впливу на читачські маси, який не знає часових та просторових меж” [6, с. 14].

Функціональну значимість фонемі у створенні додаткового естетичного та смислового навантаження висловлення ілюструють випадки алітерації, яка додає ритму написаному. Наприклад, ... *because your body will slip into sounder sleep ...* [11, № 3. – 2011. – с. 109]; *I toss and turn all night* [14, № 5. – 2010. – с. 36]; *The three S's – sugar, stress and sleep deprivation – ...* [10, № 12. – 2010. – с. 54]. У першому та третьому випадках відчувається ефект евфонії, яка завдяки повторенню приголосного [s] надає написаному легкості та піднесеності, на противагу другому прикладу, в якому ефект какофонії створює напругу та наче “ріже вухо” через повторення приголосного звука [t]. Як евфонія, так і какофонія реалізують прагнення адресанта привернути увагу читача до алітерованих мовних знаків та наголосити на їхній значимості в конкретних контекстах.

Не лише фонетичний, але й морфологічний рівень відзначається повторами, але уже морфем: *It just seems that way because shaving cuts hair at its thicker base (versus its naturally finer tip). When that blunt edge emerges, it can feel stiffer and denser than normal ...* [11, № 7. – 2010. – с. 60].

З прикладу видно, що повторення афіксальної морфемі –*er* в епіфоричній позиції акцентує оцінні значення перелічених прикметників із суфіксом вищого ступеня порівняння, що, зі свого боку, створює ритмічний ефект (особливо відчутний у другому реченні). Будучи зв'язаною формою та не функціонуючи самостійно в мовленні, морфема привносить у текст додатковий зміст, виконуючи функцію логіко-емоційної інтенсифікації, яка акцентує увагу читача на ключових, на думку автора, прикметниках.

Лексичний рівень аналізованих текстів одночасно поєднує в собі функції “передачі різноаспектної та різносторонньої основної та додаткової інформації та авторської суб'єктивної модальності” [6, с. 50]. Тут часто трапляються метафори, епітети та поодинокі гіперболи. Метафори найчастіше виражені іменниками та дієсловами: *a trip through the wash cycle, alcohol and foods agree with you, body will repair itself, smuggle genes, trim calories*. Частими є персоніфікації, як у таких випадках: *lifespan of your footwear, skin may erupt in rash, letting makeup stew, the Earth breathes easier*, які наділяють неживі предмети рисами, притаманними живим істотам і тим наголошують на їхній важливості. Внаслідок “розщеплення семи” (згідно з класифікацією семантичних процесів за критерієм семного наповнення лексеми за

І. А. Стерніним [8]), наприклад, у метафоризованому виразі *letting makeup stew* у слові *stew* актуалізувались семи “повільно” та “протягом тривалого часу” і фактично нейтралізувалась сема “готувати”, яка наявна в разі прямого вживання лексеми. Отже, автори звертаються до метафор з метою актуалізації необхідної семи для того, щоб привернути увагу читача та втілити свої інтенції, а саме – валідувати інформацію, запропонувати ефективний спосіб вирішення проблеми, пояснити її причину тощо.

Епітети, відомі як найбільш суб’єктивні з усіх тропів завдяки своїй емоційності та оцінності, у валеологічних текстах є переважно авторськими, наприклад, **bland food**, **chalky milk**, **fishy scent**, **grimy litter box**, **mild fatigue**, **praiseworthy diet**, **red wine’s dramatic colour**, **thumping headache**. З наведених прикладів видно, що більшість епітетів позитивної оцінки надають поняттям меліоративного конотативного значення і є милозвучними (**mild fatigue**), але зустрічаються й різкі та негативні за кваліфікацією, що створюють пейоративну коноцтацію понять (**fishy scent**), які вони супроводжують. Будучи суб’єктивним засобом, епітети дозволяють адресантові продемонструвати упередженість та ставлення до того чи іншого поняття через оцінні семи наведених прикметників.

Перебільшуючи певну якість, гіперболи наголошують на важливості поняття та водночас висміюють певну характеристику і, як наслідок, надають виразу іронічного відтінку: *Some years, the shot’s protection is spot-on, while in others, it misses by a mile* [14, № 9. – 2011. – с. 48]. Поодинокі гіперболи виконують у валеологічних текстах експресивну функцію: *Take olive leaf extract, vitamin C and zinc; all three can assist your army of immune cells that help keep the body healthy and well* [10, № 12. – 2010. – с. 54]. Якщо в першому прикладі прочитується іронія з боку автора щодо проведення щеплень, то в другому адресант за допомогою гіперболи позитивно оцінює вживання мінералів та вітамінів, які сприяють утворенню цілої армії захисних імунних клітин.

Лексико-синтаксичний рівень текстів представлений такими прийомами, як евфемізм, перифраз, клімакс та порівняння. Найчастіше автори звертаються до евфемізмів, щоб передати негативні за денотацією слова й вирази за допомогою позитивних за денотацією і синонімічних за значенням лексем, та до перифразу, який дуже влучно й місцями дотепно “описує” певне поняття, виділяючи його ключову характеристику. Значна кількість евфемізмів та перифразу зустрічається внаслідок прагнення авторів “завуалювати” різкі для адресатів слова та вирази м’якими і віднайти та продемонструвати їхні позитивні сторони: *If you suggest you may be having a cardiac episode, call 911* [12, № 2. – 2011. – с. 107]. У запропонованому прикладі автор обирає способом евфемізації використання іменника *episode* з досить широким значенням для називання конкретної події та явища – “серцевий напад”. Евфемізм нейтралізує негативну кваліфікацію заміненого слова та робить речення оптимістичним та нейтральним за змістом.

Перифрази у валеологічних текстах також вражають своєю винахідливістю та оригінальністю: *You’ll produce antibodies – those microscopic torpedoes that target viruses, bacteria, and cancer cells – against a part of gluten called gliadin* [13, № 10. – 2011. – с. 26]. Іменник *torpedoes* у складі перифразу актуалізує сему “швидкий в дії”, приписуючи її іменнику *antibodies* (антитіла), та наголошує на їхній здатності побороти віруси, бактерії та ракові клітини. Перифразоване перебільшення акцентує на собі увагу та змушує реципієнта замислитись над значимістю антитіл, які вироблятиме його організм в разі потрапляння в нього глютенівмісних продуктів.

Яскравим прикладом клімаксу є речення: *However, taking KI is dangerous because it can cause hyper – or hypothyroidism, damage to fetuses, and severe – even fatal – allergic reactions*

[11, № 6. – 2011. – с. 38]. Перелічення наслідків, які викликає вживання йодистого калію, утворює ланцюжок мовних знаків, ефект від наведення яких зростає у геометричній прогресії, оскільки кожен наступний елемент є денотативно потужнішим. Клімакс створює напругу, інтригує читача та спонукає прочитати речення до кінця.

Порівняння, які зустрічаються в досліджуваних текстах, відповідають їхній тематичній домінанті: ... *a farm is like a living organism* [13, № 9. – 2010. – с. 26]. Наведене порівняння пояснює слово “ферма” через словосполучення “живий організм” за допомогою компаративної зв’язки, а саме – єднального сполучника *like*. Автор вбачає спільні риси у функціонуванні як ферми, так і організму, в якому усе відлагоджено та працює як годинник, що, зі свого боку, висуває на передній план саме слово “ферма” та значення, яке воно передає.

З усіх елементів, які надають висловленню осмисленість, наймогутнішим є синтаксис, який “контролює порядок, у якому формуються враження, і передає відношення, які стоять за ланцюжками слів” [6, с. 56]. Основною функцією більшості синтаксичних стилістичних прийомів є висування певної одиниці висловлення на передній план за рахунок її специфічного положення.

Синтаксичний рівень у текстах за тематикою здорового способу життя представлений частими випадками синтаксичних повторів (паралельних конструкцій), хіазму, конструкцій апокойну, полісиндетонів та приставок. На відміну від лексичних повторів, синтаксичні повтори (паралельні конструкції) відтворюють структуру кількох послідовних речень. Цікавим зразком як лексичного (анафоричного), так і синтаксичного повторів може послугувати таке речення: *The stronger your heart, the lower it will be (because the heart pumps more blood with every beat) and the quicker you will return to your RHR after exercise* [10.– 2011 – *Women*. – с. 47].

Вживання вищого ступеня порівняння прикметників та структури простого речення в майбутньому часі, висунутих завдяки повтору, отримують особливий наголос і набувають додаткового смислового та емоційного забарвлення. Як лексичний, так і синтаксичний повтори слугують точками відліку, від яких “відштовхуються” конкретні факти, та створюють логічний потік інформації, що сприяє її адекватному сприйняттю.

Хіазм як випадок зворотного паралелізму зустрічається рідше: *Exercise during the day can help, as can meditation* [14, № 5. – 2010. – с. 36]. *Pregnancy, birth control pills, and hormone replacement therapies can be triggers, but so can lack of exercise, prolonged sitting or standing, and obesity* [14, № 11. – 2010. – с. 54]. Завдяки інверсійному порядку слів у другій частині речення після ввідного модального дієслова *can* перелічені іменники продовжують ланцюжок, який виникає на початку речення, та надають вичерпну інформацію про те, що може допомогти або бути джерелом проблеми.

У конструкціях апокойну опускання сполучного слова на межі головного та підрядного речень надає додатку (приклад нижче) подвійної синтаксичної функції, що створює враження незграбності в побудові речення адресантом повідомлення та наближує висловлення до розмовної мови. Для прикладу, *Many of the patients I see are dehydrated – it's a year-round problem, made worse when it's hot or when you're sweating* [14, № 7-8. – 2011. – с. 48]. З одного боку, в реченні відчутна економія мовних засобів, а саме – опущено *that is ...*, з іншого боку, предикатив та дієприкметник утворюють нерозривну єдність, яка звучить логічно та плавно. Ефект від використання цієї конструкції полягає в невимуженості тону мовлення, що зближує онтологічно розділених у просторі й часі комунікантів.

Типи сполучень у межах речень або між реченнями мають сильний ритмічний ефект. У статтях зустрічаються приклади полісиндетона, який підсилює ідею рівноправного логічного та емоційного значення поєднаних частин речення та пом’якшує перехід від однієї



частини речення до іншої, створюючи враження збільшення кількості перелічених подій та явищ, як у наведеному прикладі: *See a doctor if shaking continues when you're relaxed, if you feel tremors in your legs, or if it affects your coordination* [11, № 7. – 2010. – с. 90]. У реченні відчувається стурбованість адресанта станом реципієнта, яка проявляється у переліченні можливих симптомів недуги, наводячи які автор наче активізує увагу читача та змушує замислитись над своєю ситуацією.

Наступний тип сполучень, який зустрічається в текстах – приставка: *Take medicinal mushrooms (like Host Defense), echinacea blends, elderberry elixir, or vitamin C supplements to speed recovery and to help prevent secondary bacterial infections that can develop when you are run-down. And rest!* [14, № 10. – 2011. – с. 52]. Як бачимо, друга частина висловлення відокремлена від першої крапкою, проте їхні семантичні та синтаксичні зв'язки залишаються дуже міцними. Друга частина слугує наче доповненням до уже сказаного і поєднується з початком повідомлення за допомогою сполучника *and*, який висуває першу частину написаного на передній план. Ефект від вживання прикладки сприяє невимушеності та близькості адресанта та адресатів, адже автор наче в мовленні висловився, а потім пригадав щось і доповнив вислів.

Підсумовуючи викладене, треба зазначити, що в науково-популярних статтях на валеологічну тематику, створених з метою спростування або пояснення тематичних явищ та написаних у легкодоступному стилі, який значно спрощує сприйняття тексту широкими масами населення, усі їхні рівні (від фонетичного до синтаксичного) рясніють стилістичними прийомами. Через використання медичної та загальнонаукової лексики та звернення до різнорівневих тропів, що стали предметом дослідження у статті, адресант актуалізує потрібну семантику слів, що слугує засобом привернення уваги читача-адресата. Ретельний добір лексики та стилістичних засобів сприяє реалізації завдань адресанта – поінформувати (медична лексика), зробивши акцент на “авторитетності” викладу, та переконати адресата схилитись до запропонованої лінії дій (гіпербола, евфемізм, перифраз, клімакс, порівняння, хіазм) через завоювання довіри з боку реципієнта (епітет, приставка). Інакше кажучи, лексичний склад та стилістика валеологічних текстів виконують інформативну та аргументативно-персуазивну функції, які забезпечують адекватне сприйняття наданої інформації та її доцільне практичне застосування.

В аспекті подальших досліджень дискурсу “здорового способу життя” доцільно виділити та проаналізувати комунікативні стратегії й тактики, через які адресант реалізує свої інтенції.

- 
1. Бацевич Ф. С. Вступ до лінгвістичної прагматики : підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : ВЦ “Академія”, 2011. – 304 с. (Серія “Альма-матер”).
  2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавничий центр “Академія”, 2004. – 344 с. (Серія “Альма-матер”).
  3. Безугла Л. Р. Лінгвістична прагматика та дискурсивний аналіз / *Studia Philologica* (Філологічні студії) : зб. наук. праць / ред. колегія : І. Р. Буніятова, Л. І. Белехова, О. Є. Бондарева [та ін.] – К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2012. – Вип. 1. – С. 95–100.
  4. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации : [моногр.] / А. Д. Белова ; Киевский университет имени Тараса Шевченко. – Киев : Астрей, 1997. – 309 с.
  5. Красных В. В. “Свой” среди “чужих” : миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2003. – 375 с.
  6. Кухаренко В. А. Интерпретация текста : учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2103 “Иностр. яз.”. – 2-е изд., перераб. – М. : Просвещение, 1988. – 192 с.
  7. Рябцева Н. К. Ментальные перформативы в научном дискурсе / Н. К. Рябцева / Вопросы языкознания. – 1992. – № 4. – С. 12–28.
  8. Стер-

нин И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж : Кварта, 2001. – 252 с.  
9. Eemeren F., Grootendorst R., Kruiger F. Handbook of argumentation theory. A critical survey of classical backgrounds and modern studies. / F. Eemeren, R. Grootendorst, F. Kruiger. – Dordrecht: Foris Publications, 1987. 10. Health&Fitness (Br) – 2010. – № 11, 12. – 2011. – № 2, 3, 5, 6. – Women. 11. Prevention (Am) – 2010. – № 7, 9, 10. – 2011. – № 1–12. – 2012. – № 1–3. 12. Shape (Am) – 2010. – № 7–12. – 2011. – № 2–12. – 2012. – № 1–6. 13. Vegetarian Times (Am) – 2010. – № 1–5, 7–8, 9, 10, 11–12. – 2011. – № 1–2, 3, 4–5, 6, 7–8, 9–12. – 2012. – № 1–2, 3–6. 14. Wholeliving (Am) – 2010. – № 3–7, 9–12. – 2011. – № 1, 3–6, 7–8, 9–12. – 2012. – № 1–6.

## **ПРАГМАСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ НА ВАЛЕОЛОГИЧЕСКУЮ ТЕМАТИКУ**

**Зоряна Яцив**

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко  
ул. Университетская, 1, Львов, 79000  
www.zyatsiv@gmail.com*

Охарактеризованы прагмастилистические особенности лексического состава и стилистических приемов на фонетическом, морфологическом, лексическом, лексико-синтаксическом и синтаксическом уровнях печатных сообщений экспертов в сферах “здоровье” и “здоровый образ жизни”. Выявлены основные тенденции в использовании адресантом выделенных приемов и осуществлена попытка оценить их влияние на потенциального адресата.

Ключевые слова: аргументация, валеологический дискурс, медийный дискурс, стилистический прием, текст.

## **THE PRAGMASTYLISTIC FEATURES OF VALEOLOGICAL TEXTS**

**Zoryana Yatsiv**

*Ivan Franko National University in L'viv  
1, Universytets'ka St., Lviv, 79000  
www.zyatsiv@gmail.com*

The article focuses on the pragmatic and stylistic features of the lexis and stylistic devices on the phonetic, morphological, lexical, lexico-syntactic and syntactic levels of the written texts produced by experts in the fields of “Health” and “Healthy life style”. The main tendencies in the use of the above mentioned stylistic devices by the addresser are singled out and an attempt to assess their influence on the potential addressee is made.

*Keywords:* argumentation, valeological discourse, media discourse, stylistic device, text

Стаття надійшла до редколегії  
21.09.2014 р.

Статтю прийнято до друку  
26.10.2014 р.