

V. Internationale virtuelle Konferenz der Ukrainistik

Dialog der Sprachen – Dialog der Kulturen.

Die Ukraine aus globaler Sicht

München 30. Oktober–2. November 2014

Діалог мов – діалог культур. Україна і світ

V Міжнародна наукова Інтернет –
конференція з україністики

Internationale virtuelle Konferenz der Ukrainistik

Herausgegeben von
Olena Novikova, Peter Hilkes, Ulrich Schweier

Band 2014

readbox unipress
Open Publishing LMU

V. Internationale virtuelle Konferenz der Ukrainistik

**Dialog der Sprachen – Dialog der Kulturen.
Die Ukraine aus globaler Sicht**

**Діалог мов – діалог культур.
Україна і світ**

V Міжнародна наукова Інтернет-конференція з україністики

München

30. Oktober - 2. November 2014

readbox unipress
Open Publishing LMU

2016

Mit **Open Publishing LMU** unterstützt die Universitätsbibliothek der Ludwig-Maximilians-Universität München alle Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der LMU dabei, ihre Forschungsergebnisse parallel gedruckt und digital zu veröffentlichen.



Universitätsbibliothek der Ludwig-Maximilians-Universität
Geschwister-Scholl-Platz 1
80539 München

Herstellung über:
readbox unipress
in der readbox publishing GmbH
Am Hawerkamp 31
48155 Münster
<http://unipress.readbox.net>
Münsterscher Verlag für Wissenschaft

© für alle Texte bei den jeweiligen Autoren 2016
Die in diesem Band veröffentlichten Beiträge geben die Meinung ihrer Verfasser oder Verfasserinnen wieder und nicht in jedem Fall die des Herausgebers, der Redaktion oder des Verlages.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet abrufbar über <http://dnb.dnb.de>

Open-Access-Version dieser Publikation verfügbar unter:
<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bvb:19-epub-34748-9>

978-3-95925-049-8 (Druckausgabe)
978-3-95925-050-4 (elektronische Version)

Kovač Oksana	104
Neue Argumente für slavische Etymologien im Ungarischen (<i>korhad, pehely, tarka, csíp</i>)	
Kolibaba Larysa	112
Zum Problem des Dativgebrauchs bei Substantiven auf <i>-oši (-eši, -eši)</i> in der modernen ukrainischen Literatursprache	
Lytvynenko Jana	119
Die Widerspiegelung des naiven Weltbilds von Ukrainern in Dialektbezeichnungen der Vögel	
Mazehora Ivan	131
Fakultative Elemente in der Struktur des morphologischen Paradigmas des ukrainischen Verbs	
Merkulova Oksana	136
Nomina Instrumenti mit dem Suffix <i>-no</i> in der ukrainischen Sprache des 11.-17. Jahrhunderts	
Nazarenko Inna	142
Graphoderivation als soziolinguale Marker der modernen ukrainischen Sprache	
Romanjuk Svitlana	148
Anrede im ukrainischen parlamentarischen Diskurs	
Romanjuk Julija	160
Wortbildung und Wortwechsel von aus Verben abgeleiteten Okkasionalismen in den Werken moderner ukrainischer Schriftsteller	
Semenjuk Svitlana	169
Das Suffix <i>-ka</i> in der Bildung von Korrelaten für persönliche Bezeichnungen bei familiären, freundschaftlichen und sonstigen Beziehungen Ende des 18. bis zum Beginn des 21. Jahrhunderts	
Sikora Halyna	177
Über eine Entwicklungstendenz der modernen ukrainischen Sprache	

25. Этимологич.словарь славян.языков (1974-2011). *Этимологический словарь славянских языков*. Вып.1-33. Наука. Москва.
26. Sławski F. (1974). *Zarys słowotwórstwa prasłowiańskiego*. In: Słownik prasłowiański. T. 1. Wrocław. Warszawa. Kraków. Gdańsk.
27. Zett R. (1971). *Slavishe Nomima loci mit dem suffix -(d)lo*. In: Die Welt der Slaven. No.16. S.397-413.

ГРАФОДЕРИВАЦІЯ ЯК СОЦІОЛІНГВАЛЬНИЙ МАРКЕР СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Інна Назаренко
(Україна)

Графодеривати, або графіксати, в сучасній українській мові виступають маркерами суспільних та лінгвальних змін у комунікативному просторі. Зокрема свідчать про міжмовні взаємопроникнення на словотворчому та графічному рівнях, вплив розвитку торговельно-розважальної та комп'ютерної індустрії на утворення неологем, насамперед у сфері реклами й молодіжного сленгу, використання графічної гри зі словом як елементу сатири в суспільно-політичних процесах країни. У доповіді подається загальний огляд словотвірних засобів графіксації – знаків різних семіотичних систем: математичних символів, літер різних мов, іконічних елементів, розділових знаків тощо, їхнє комунікативно-прагматичне призначення.

Ключові слова: графодеривація, графіксація, графодериват, okazionalizmi, семіотична система.

GRAPHIC DERIVATIVE WORDS AS SOCIAL AND LINGUISTIC TOKEN MODERN UKRAINIAN LANGUAGE

Inna Nazarenko

Graphic derivative words in the modern Ukrainian language are the markers of public and lingual changes in the communication area. In particular, indicate interlanguage interpenetration on word formation and the graphics levels, the impact of the development of shopping and entertainment and the computer industry to create neologisms, especially in the field of advertising and youth slang, the use of graphics of the game with the word as an element of satire in political processes of the country. The report provides a general overview derivative funds graphic - notes of the different semiotic systems: mathematical symbols, letters in different languages, iconic elements, punctuation marks etc. and their communicative-pragmatic purpose.

Key words: graphic derivative, graphic derivative words, nonce word, semiotic system.

Те, що будь-які процеси в мовленні не можуть відбуватися автономно від реалій або ірреалій носіїв мови, є вже аксіомою. Мова віддзеркалює не тільки загострення суспільно-політичних подій, але й підвищення або зниження попиту на розваги, науково-технічні новинки, “моду на молодість”, поширення споживацької ідеології та боротьбу з нею, тяжіння до глобалізації й водночас зацікавлення мультикультурністю тощо. Не оминають зазначені тенденції такий поширений в останні два десятиліття спосіб творення слів, як графіксація (або графодеривація – термін Т.В. Попової) (Попова 2007, 206), який полягає в некодифікованому графічному обігранні слова за допомогою знаків різних семіотичних систем. Наприклад: *Mi100*, *Про4ерк*, *SMS-ка*, *Мр3-зація*.

Динаміка сучасного життя в умовах інформаційного перенасичення спонукає до пошуку інноваційних способів впливу на реципієнта за допомогою мінімальних візуальних засобів із максимальним інформаційним наповненням. Наприклад, можна не читати детальну інформацію про акційні знижки на товар – достатньо ковзнути поглядом по вивісці магазину “Диск%нт”, або по рекламному плакату, який сповіщає про “Щасливий у%кенд” (знак відсотка вже давно закріпився у свідомості споживачів як сигнал вигідної покупки, тому зазначена графема використовується замість візуально подібних літер О та Ї відповідно). Так, схожі новотвори виконують насамперед комунікативну функцію, а вже у другу чергу номінативну (саме тому деякі мовознавці нерідко називають такі неолексеми графічними (візуальними) плеоназмами) (Денисова 2010, 509).

Хвиля комп’ютеризації, поява нових інформаційних носіїв, гаджетів, розроблених та виготовлених іноземними компаніями (насамперед, представниками англomовного світу) призвела до значної інтеграції іншомовних елементів у словотвірну систему сучасної української мови. Ідеться про такий спосіб творення слів, як поліграфіксація, наприклад: *CD-індустрія*, *bluetooth-модуль*, *web-дизайн*, *fashion-бутик*, *SMS-повідомлення*. Як видно з прикладів, поліграфіксати-симплекси можуть поєднувати у своєму складі латинізовані корені й кириличні суфікси, латинізовані корені та українізовані закінчення: *SMS-ка*, *CDюк*, *PRнук*, *PRуми*, *torrent-овий*, *VIPівський*, *ITишник*, *CDROM-ний*, *QIP’івник*, *тр3шинник*, *DOOMер*.

Серед поліграфіксатів значну кількість становлять ті, що виконують не номінативну функцію, а експресивно-ігрову. У таких випадках використовується одна графема (літера) з іншої алфавітної системи: музичний гурт *“ПоеНуй приVид”*, клуб *“Mismo більярду”*, Клуб реконструкції давньослов’янського військового побуту *“Ярь-Турь”*. Таке досить поширене виділення некириличних літер оцінюється деякими дослідниками лише як прагнення наслідувати моду на американізацію, є показником “гламурності” (Кронгауз 2007, 136), яка при цьому не збагачує слово жодними додатковими значеннями (*Зомбі канікули* — назва фільму, фестиваль *KaZanTun*, *АТМОСФЕРА* — нічний клуб).

Серед розгляданої групи новотворів зафіксовані два поліграфіксати-симплекси, у яких кириличні корені поєднані з англійськими суфіксами. Ідеться про назву фільму за однойменним романом С. Мінаєва *“Dyxless”* і книгу М.Зінгера *“Loxness”*. Власне, назви творів є віддзеркаленням сучасних тенденцій до глобалізації на комунікативному рівні, мовних взаємопроникнень, спрямування автора на сучасного читача, який орієнтується в нюансах англійської мови. Так, наприклад, відповідником okazionalizmu “duxless” є слово “бездуховність”, яке програє авторському неологізмові, оскільки в сучасній метамовній площині аксіологічне значення загальноживаного слова дещо нівелювалося, асоціюється з банальністю, штампом – принаймні у тієї категорії читачів/глядачів, на яку орієнтований роман та фільм, — а отже, не матиме комерційного успіху.

Okazionalna назва книги М. Зінгера *“Loxness”* утворена від сленгового “лох” — “наївна, довірлива людина” — та англомовного субстантивного суфікса -ness. Таким чином, ця неолексема може бути осмислена як збірний або абстрактний іменник: “усі люди лохи як щось єдине, цілісне” або “психологія, поведінка – все те, що об’єднує лохів, властиве їм” (Галактионов, Попова 2011, 316).

Розвиток Інтернет-індустрії зумовив широке використання знаку @ у значенні літери А: *КиберПошт@*, реклама інтернет-банкінгу *“Колискова та б@нкінг”*, піротехнічна фірма *“R@ketu”*. Крім того, розглядана графема виконує ще й додаткову смислову функцію: сигналізує, що запропоновані послуги реалізуються через Інтернет.

Гра зі словом – це своєрідний протест проти норм, мовних у тому числі. Бажання епатувати – характерні для молодіжної свідомості. Торговельно-розважальна та інформаційна галузі якраз і зорієнтовані на свого основного споживача – молодь. Одним із засобів привертання уваги до себе рекламодавці, автори проектів обирають графіксати у всьому їхньому різноманітті. Наприклад, сайт для неформалів “NE-ForMaT”, реклама мобільного оператора: *БЕЗЛІМінний Internet* (виділення збігається зі сленговим словом *безлім*, крім того виконує функцію миттєвого візуального враження за рахунок мовної економії). Вдаються до екскламації – застосування знака оклику для розбиття слова на дві або більше лексем, для візуального виділення назви або для використання його замість літери і: *“!FEST”* або *“!ФЕСТ”* (мережа концептуальних авторських ресторанів та напрямків, заснована у Львові 2007 року); магазин комп’ютерної техніки *“Патрон срв!с”*. Серед назв провайдерів телекомунікаційних послуг, інтернет-ресурсів поширені нумерографіксати: *ПРО100*, *Pro100tvplus*, *Pro100tv* (таке широке використання числа 100 як омофонної форми до буквенно-звукового оформлення слова дозволяє подвійне тлумачення слова: *просто ТВ* та *про сто ТВ*).

Важливі суспільно-політичні зміни завжди сприяють мовотворчості, особливо, якщо соціальні процеси призводять до поляризації думок. У таких випадках слово стає зброєю захисту та нападу, засобом гумору, нищівної

сатири. Найпоширенішим способом творення графічних okazіоналізмів у сфері політичної критики, словесної карикатури є капіталізація – виділення значущого сегмента слова великими літерами, завдяки чому легко прочитуються алюзії щодо відомих осіб, партій, одіозних подій. Наприклад: *Кучмоноїдам, відМОРОЗкам* [прихильникам партії О.Мороза], *голубим пацанам вхідзаборонено* (СТБ: Вікна-Новини, 12.07.06); *А я все ж хочу Б'ЮТи нардепом...* (Україна молода, 31.05.2007, с. 4); *Ото виграєте, шановні безНАТОвці, любителі “язичся”!* (Україна молода, 22.02.2007, с. 10).

Таким чином, спостерігаємо розширення семантичної структури узуального слова за рахунок конотативних прирошень: “*ЗМісклюй!*” – плакат під час акції проти тиску А.П.Клюєва на журналістів, які висвітлювали події Євромайдану. Гасло демонстрації: “*Росія без ПУТіна!*”. Заголовки до статей, присвячених подіям у Криму 2014 року: “*КРИМінальний псевдореферендум*” (Україна молода 18.03.2014, с.3); “*ВідоКРИМлені*” (Україна молода, 19.03.2014, с.3). Подібний графічний засіб використовується в назві замітки «*Не лізь – заБЛОКовано!*» (Україна молода, 17.07.2014, с.2), присвяченої питанню встановлення блокувань через загострення внутрішньополітичного становища в країні.

Ситуація, пов'язана з інтронізацією новообраного предстоятеля Української православної церкви Московського патріархату Онуфрія, здалася неприпустимою декому з громадян України у зв'язку з тим, що трон митрополита був прикрашений двоголовим орлом, що асоціюється з гербом Росії. Реакцією на цю подію стала інтернет-стаття “*інТРОНізація*”. Цей okazіоналізм утворений гібридним способом: за допомогою поліграфікації та капіталізації. Таким чином, відбувається гра зі смислами: інтронізація як факт + англійський прийменник *in* (в, всередину) + трон як символ самодержавства, зокрема, російського. Отже, в заголовку сконденсовано передається загальне спрямування статті: осуд представників згаданої конфесії через підтримку релігійної політики РФ, її самодержавницьких настроїв.

Капіталізація дозволяє втілити взаємозаперечні прагнення автора: уникнути двозначності при вживанні співзвучних слів та наголосити, що смислові зв'язки між цими поняттями є і вони створюють нові асоціації: *АРТ-обстріл. Відомі художники виставили на аукціон свої роботи, щоб допомогти армії* (УМ, 30.07.2014).

Цікавим прикладом okazіонального творення є використання знаку ® в назві книги А.Мухарського “*Майдан. Революція духу*”. Неолексема-графіксат таким чином набуває кількох семантичних рівнів: символ ® – логотип зареєстрованого товарного знаку – ніби вказує, що таке суспільно-політичне явище, як Майдан є суто українським культурноспецифічним явищем. Крім того, слово візуально ділиться на дві частини, друга – *еволуція* – набуває самостійного значення: те, що громадськість називає революційним вибухом незгодних, насправді демонструє еволюцію

української громади до суспільства, яке готове жити за правовими законами, яке доросло до виховання в собі почуття власної та національної гідності.

Поширеним засобом політичної сатири став голофразис – спосіб творення графіксатів за допомогою поєднання кількох слів без пробілів. Так, набуло розповсюдження слово *кримнаш*, яке, незважаючи на досить невеликий період після появи, обросло великою кількістю асоціативних значень: 1) це особа, яка схвально ставиться до анексії Криму Росією; 2) це світогляд такої особи; 3) це загальний настрій певної групи осіб; 4) це ідеологічне гасло цієї групи, що не обмежується тільки питаннями належності Криму тощо. Як протилежне до *кримнаш* виникло слово *кримненаш*, яке містить кілька семантико-аксіологічних значень, основне з яких “Крим не ваш (російський), а наш (український)”.

Голофразис віднедавна перетворився на соціокультурне явище, оскільки за його допомогою утворюються хаштеги в інтернет-просторі, зокрема, названі вище *#кримнаш*, *#кримненаш*, а також, наприклад: *#сестрительнюк*, *#прямийефір*, *#простозараз* тощо.

Згадана вище орієнтація сучасного суспільства на розваги, легкість та комфорт життя, позитивні емоції знаходить втілення в графічних меседжах торговельно-розважальної та інформаційної галузей. Використовуються різні способи виділення певного фрагменту з цілком прагматичним завданням: повторити назву реалії у складі слів, які мають яскраво виражену позитивну семантику: слоган сайту IZUM, присвяченому актуальним новинам моди, тенденціям здорового способу життя, розвагам у сучасному мегаполісі: *Все про IZUMне життя!* Або, наприклад, у назві вуличного пункту швидкого харчування для студентів “ДеньОК”, диграф -ок, виділений іншим шрифтом та великими літерами асоціюється з американізмом “О’кей”, що, очевидно, за задумом авторів, повинно налаштовувати покупців на позитивний настрій.

У назві газети “Телескоп!” та її спеціального видання «Гороскоп!» останні дві букви, які нагадують вигук *“on!”*, іншого кольору (спосіб графодеривації – колоризація), що акцентує увагу на розважальному, легкому спрямуванні газети. У вивісках фірми “ВіконDA” використано кілька графічних прийомів словотворення: капіталізація, поліграфікація, колоризація та шрифтизація. Диграф – *да* співзвучний із розмовним стверджувальним вигуком “Да!” (“Так!”). Тому увага на ньому акцентована не даремно, оскільки ствердження завжди позитивно впливає на емоційний стан людини (у цьому випадку — клієнта) через підсвідоме сприйняття реципієнтом як схвалення його дій (*да / так – ти робиш правильний вибір, обираючи наші послуги; я тебе приймаю, ми союзники*).

Останнім часом українське суспільство стає більш розкутим, зацікавленим в експериментах, прагне відійти від традиційного погляду на звичні реалії та ірреалії культурного життя, переглянути ідеали, зняти певні ментальні табу, вдихнути у своїх ідолів життя, осучаснити їх, як це сталося, зокрема, з постаттю Т.Г.Шевченка. Власне, графіксат у назві культурного

проекту *“Шевченко проRock”* є ключовим сигналом, що організатори зробили спробу показати постать поета-пророка з нового кута зору, з позиції ХХІ століття. *“ПроRock”* – це меседж про те, що значення Шевченка для України не профанується – він був і залишається пророком. Але не в стереотипних уявленнях – дідусем-проповідником застарілих ідей, а сучасним, енергійним, потужним – ро’ковим, а значить – глибоким філософом, нещадним викривачем, безапеляційним нонконформістом.

Прагнення до епатажу – є новим віянням часу, без нього не обходиться майже жодна культурно-мистецька акція. І графіксати нерідко стають візитною карткою певних проектів, оскільки свідчать про креативність організаторів дійства й залучають до нього творчих та неординарних учасників. Так, назва проекту громадського руху “Не будь байдужим!” *“С.Е.К.С.”* (*“Сучасне Епатажне Креативне Слово”*) становить собою графіксат, утворений шляхом поліпунктуаціоналізації. Абревіатура авторами проекту обрана даремно – вона привертає увагу, обіцяє порушення небуденних питань, проте за допомогою крапок підказує непосвяченому читачеві, що йдеться про щось інше, ніж заявлено в назві, що, у свою чергу, мусить викликати зацікавлення реципієнта.

Останнім часом набуває поширення такий графічний елемент, як смайлик. Виникнувши в інтернет-просторі як емотикон, він стає одним із способів графодеривації – смайлографіксації. Наприклад, зафіксоване оригінальне застосування цього знака в період, коли в Україні аптекам заборонили в назвах та рекламі подавати інформацію про знижки та соціальні акції при продажу ліків. Так, мережа «Аптека низьких цін» останнє слово замінили трьома смайликами: *“Аптека низьких ☺☺☺”*, аналогічно вчинили у мережі “Соціальний проект”, видозмінивши слово «соціальний» на *“со☺☺☺льний”*. Але найчастіше цей знак вживається замість літери О в різноманітних вивісках магазинів, рекламних салоганах, назвах розважальних телепередач (наприклад, ранкова програма “Тідиом”).

Як зазначає Г.В.Цибулевська, з точки зору соціолінгвістики, “вербальні способи вираження емоцій... є культурно специфічними” (Цибулевська 2005, 4). Відповідно, у графіксації як грі зі словом віддзеркалюється світова тенденція посилення культу споживання, розваг, тривалої молодості (що виявляється в певній інфантилізації суспільства) та власне українські загострення суспільно-політичного протистояння.

Беззаперечною є спрямованість нестандартного графічного оформлення слова на привертання уваги адресата (що особливо актуально для сфери комерційної комунікації). Також варто зазначити про реалізацію емоційно-естетичної функції, покликаної справити інтелектуально-емоційне та естетичне задоволення від гри зі словом і спогляданням вербальних головоломок.

Отже, виникнення графіксації викликане насамперед позалінгвальними чинниками: тісні міжмовні зв’язки; необхідність швидко переробляти сучасний потік інформації та миттєво реагувати на неї;

орієнтація на споживача в умовах засилля реклами, яка, щоб бути поміченою, повинна бути оригінальною, лаконічною, легкою для сприйняття та емоційно маркованою.

Головним джерелом творення графіксатів є, насамперед, інтернет-спілкування, реклама, торговельно-розважальна галузь. Саме в цих сферах і виникають okazaціоналізми з яскравими конотативними, емоційними значеннями, які досягаються завдяки вільній грі зі словом та найрізноманітнішими графічними елементами, у тому числі й малюнковими зображеннями. Поширення графодеривації пояснюється комунікативно-прагматичними настановами неологічних метатекстів: незвичність, яскравість, візуальна привабливість, лаконічність привертають увагу потенційних покупців, клієнтів, користувачів тощо. Таким чином, графічне обігравання слова на сьогодні є високопродуктивним явищем, яке демонструє креативні можливості мовної системи.

1. Галактионов А.П., Попова Т.В. (2011) *Морфемные типы номинативный полиграфиксатов-симплектов в современном русском языке*. Вестник Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. – № 5. – С. 313–317.
2. Денисова Э. С (2010). *Активные словообразовательные процессы в языке современных СМИ*. Вестник Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. – № 4. – С. 507–510.
3. Кронгауз М. (2007). *Русский язык на грани нервного срыва*. – Знак: Языки славянских культур. Москва.
4. Попова Т.В. (2007). *Новое в русском словообразовании конца XX — начала XXI вв.* Материалы XXXIII конгресса МАПРЯЛ. –София. – С. 206–208.
5. Цыбулевская А.В. (2005) *Эмотивный арготический лексикон*: автореф. дис. на получение науч. степени канд. филол. наук. – Ставрополь.

ЗВЕРТАННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ПАРЛАМЕНТСЬКОМУ ДИСКУРСІ

Світлана Романюк
(Республіка Польща)

Мета пропонованої статті – проаналізувати функцію звертання в мовленні українських парламентарів. Пропонована розвідка містить аналіз тих формул, за допомогою яких звертаються один до одного депутати Верховної Ради України під час виконання ними службових обов'язків. Аналіз базований на прикладах, дібраних із виступів представників різних політичних угруповань в українському парламенті сьомого скликання.

Ключові слова: парламентський дискурс, звертання, кличний відмінок, апелятивна та експресивна функції.

Institut für Slavische Philologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU)

Ukrainische Sprache, Literatur und Kultur sind am Institut für Slavische Philologie der LMU seit langem in Forschung und Lehre verankert. Das Institut wirkt durch Kooperationen mit anderen Universitäten bzw. Slavisten in Deutschland und im Ausland sowie mit Ukraine-Netzwerken. Um dies gezielt zu erweitern und die Ukrainistik in Deutschland, der Ukraine und anderswo zu fördern, bieten seine Internetkonferenzen ein geeignetes Forum.

Internet: www.slavistik.uni-muenchen.de

forumNET.Ukraine – Netzwerk für Information, Koordination und Ukrainestudien

Mit seiner Internetplattform und einem gesonderten Verteiler informiert das forumNET.Ukraine aktuell und gezielt über Themen der deutsch-ukrainischen Beziehungen. Es führt außerdem und vorwiegend in Kooperation mit Anderen Veranstaltungen durch, berät, begleitet und initiiert neue Vorhaben. Durch seine Aktivitäten und die engen Verbindungen zu Interessierten und Nutzern wird das vom Arbeitsforum Ukraine e.V. getragene Netzwerk konkret.

Internet: www.forumnetukraine.org

40,80 €

ISBN: 978-3-95925-049-8

ISBN (eBook): 978-3-95925-050-4



Institut für Slavische Philologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU)

Ukrainische Sprache, Literatur und Kultur sind am Institut für Slavische Philologie der LMU seit langem in Forschung und Lehre verankert. Das Institut wirkt durch Kooperationen mit anderen Universitäten bzw. Slavisten in Deutschland und im Ausland sowie mit Ukraine-Netzwerken. Um dies gezielt zu erweitern und die Ukrainistik in Deutschland, der Ukraine und anderswo zu fördern, bieten seine Internetkonferenzen ein geeignetes Forum.

Internet: www.slavistik.uni-muenchen.de

forumNET.Ukraine – Netzwerk für Information, Koordination und Ukrainestudien

Mit seiner Internetplattform und einem gesonderten Verteiler informiert das forumNET.Ukraine aktuell und gezielt über Themen der deutsch-ukrainischen Beziehungen. Es führt außerdem und vorwiegend in Kooperation mit Anderen Veranstaltungen durch, berät, begleitet und initiiert neue Vorhaben. Durch seine Aktivitäten und die engen Verbindungen zu Interessierten und Nutzern wird das vom Arbeitsforum Ukraine e.V. getragene Netzwerk konkret.

Internet: www.forumnetukraine.org

40,80 €

ISBN: 978-3-95925-049-8

ISBN (eBook): 978-3-95925-050-4

